Media

David Randall

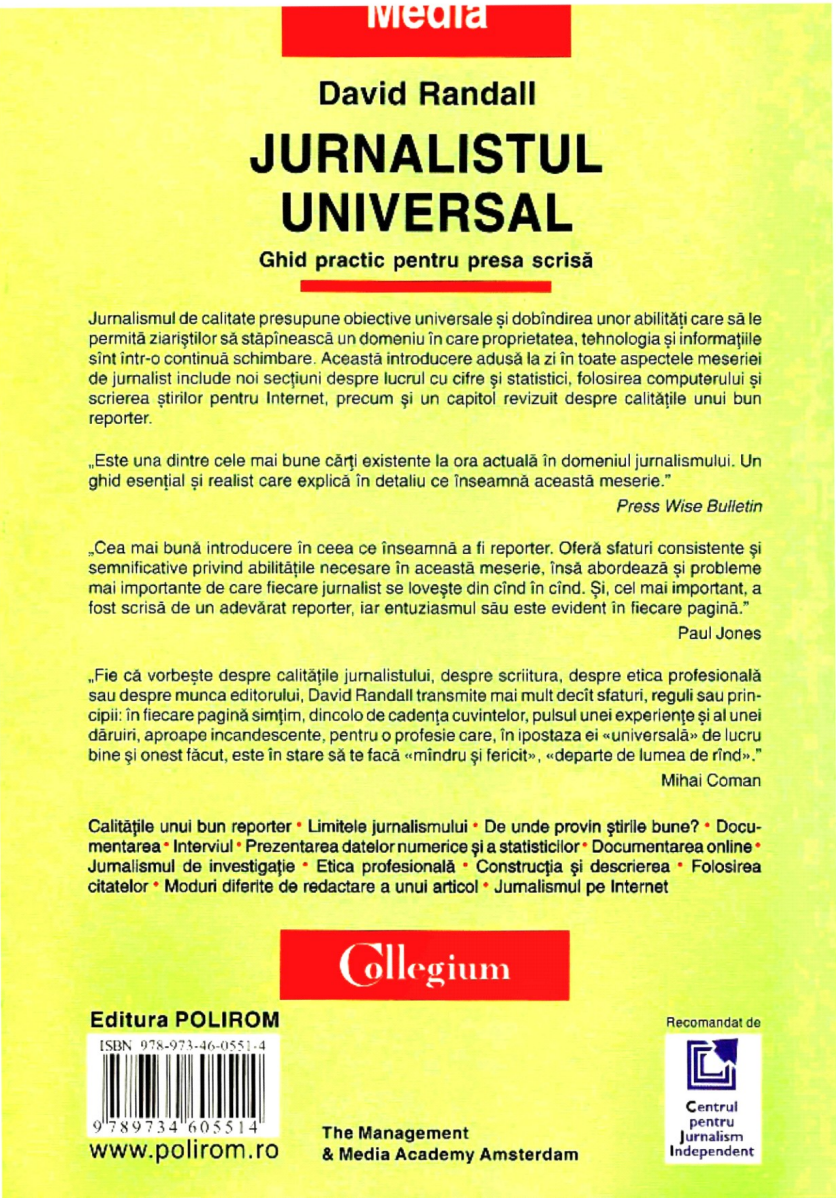
JURNALISTUL UNIVERSAL

Ghid practic pentru presa scrisă

Ediția a II-a

Collegium

POLIROM


Media
David Randall
JURNALISTUL UNIVERSAL
Ghid practic pentru presa scrisă
Jurnalismul de calitate presupune obiective universale şi dobîndirea unor abilităţi care să le permită ziariştilor să stăpînească un domeniu în care proprietatea, tehnologia şi informaţiile sînt într-o continuă schimbare. Această introducere adusă la zi în toate aspectele meseriei de jurnalist include noi secţiuni despre lucrul cu cifre şi statistici, folosirea computerului şi scrierea ştirilor pentru Internet, precum şi un capitol revizuit despre calităţile unui bun reporter.
„Este una dintre cele mai bune cărţi existente la ora actuală în domeniul jurnalismului. Un ghid esenţial şi realist care explică în detaliu ce înseamnă această meserie."
Press Wise Bulletin
„Cea mai bună introducere în ceea ce înseamnă a fi reporter. Oferă sfaturi consistente şi semnificative privind abilităţile necesare în această meserie, însă abordează şi probleme mai importante de care fiecare jurnalist se loveşte din cînd în cînd. Şi, cel mai important, a fost scrisă de un adevărat reporter, iar entuziasmul său este evident în fiecare pagină."
Paul Jones
„Fie că vorbeşte despre calităţile jurnalistului, despre scriitura, despre etica profesională sau despre munca editorului, David Randall transmite mai mult decît sfaturi, reguli sau principii: în fiecare pagină simţim, dincolo de cadenţa cuvintelor, pulsul unei experienţe şi al unei dăruiri, aproape incandescente, pentru o profesie care, în ipostaza ei «universală» de lucru bine şi onest făcut, este în stare să te facă «mîndru şi fericit», «departe de lumea de rînd»."
Mihai Coman
Calităţile unui bun reporter • Limitele jurnalismului • De unde provin ştirile bune? • Documentarea • Interviul • Prezentarea datelor numerice şi a statisticilor • Documentarea online • Jurnalismul de investigaţie • Etica profesională • Construcţia şi descrierea • Folosirea citatelor • Moduri diferite de redactare a unui articol • Jurnalismul pe Internet
Collegium
Editura POLIROM
ISBN 978-973-46-0551-4
9 789734 605514
www.polirom.ro
The Management & Media Academy Amsterdam
Recomandat de
Centrul pentru Jurnalism Independent

Seria Collegium Media este coordonată de Mihai Coman.

David Randall, jurnalist şi consultant de

presă, a lucrat ca reporter şi editor timp de peste douăzeci de ani. Fost redactor-şef adjunct al ziarului The Observer, în prezent este director de ştiri la The independent. A susţinut conferinţe pentru jurnalişti de la diverse ziare din Marea Britanie, Africa şi estul Europei.

David Randall, The Universal Journalist, Second édition

David Randall 2000. This édition of THE UNIVERSAL JOURNALIST first published by Pluto Press, London 2000. This Translation is published by arrangement with Pluto Press Ltd

2007 by Editura POLIROM

Iaşi, Bdu! Carol I nr. 4

Descrierea cip a Bibliotecii Naţionale a României:

RANDALL, DAVID

Jurnalistul universal. Ghid practic pentru presă scrisă/David Randall; trad. de Alexandru Brăduţ Ulmanu şi Miruna Andriescu; pref de Mihai Coman; cuv. Înainte de Annomiek Hoogenboom şi Alexandru Brăduţ Ulmanu.

— Ed. A 2-a, rev.

— Laşi: Poli rom, 2007.

ISBN: 978 – 973 – 46 – 0551 – 4

I. Ulmanu, Alexandru Brăduţ (trad.)

II. Andriescu, Miruna (trad.)

III. Coman, Mihai (pref.)

IV. Hoogenboom, Annemiek (pref.)

V. Ulmanu, Alexandru Brăduţ (pref.)

Printed in ROMÂNIA

David Randall
JURNALISTUL UNIVERSAL
Ghid practic pentru presă scrisă
Ediţia a II-a, revăzută şi adăugită
Traducere de Alexandru Brăduţ Ulmanu şi Miruna Andriebcu
Prefaţă de Mihai Coman
Cu vânt înainte de Annemiek Hoogenboom şi Alexandru Brăduţ Ulmanu
Roi moM:
(X) /

Cuprins

Viefaţă la édifia întâi (Mihai Coman) ...
Cuvânt înainte la ediţia întâi în limba română (Annemiek Hoogenboom.
Alexandru Brăduţ Urmanu) ...
Nota traducătorului la édifia întâi (Alexandru Brăduţ Ulmanu) ...
Mulţumiri...
Hefafă...
Capitolul 1. Calităţile unui bun reporter...
Atitudinile...
Caracterul...
Un reporter extraordinar...
Capitolul 2. Limitele jurnalismului...
Valorile celor ce deţin şi controlează presa...
Cultura jurnalistică...
Valorile cititorilor...
Cttpitolltl 3. Definiţia ştirii...

CV este ştirea?...
Valoarea unei ştiri...
Luctorii care influenţează valoarea unei ştiri...
O scală valorică a subiectelor...
Capitolul 1. L>e unde provin ştirile bune?...
Obiceiurile reporterilor de succes...
Slirse mai puţin evidente...
Subiectele pe care reporterii buni le evită...
Capitolul 3. Documentarea...
Ce ar trebui să căutaţi...
De unde obţineţi aceste elemente...
Capitolul 6. Controlati-vfl sursele, nu le lăsaţi
Să vă controleze...
Indicaţii pentru relaţiile cu orice sursă...
Sursele oficiale...
Reia/iile cu sursele neautorizate...
Sursele care nu pot fi citate...
Nu vă apropiaţi prea mult de surse...
Capitolul 7. Interviul...
Indicaţii generale...
Intervievarea surselor incomode...
Intervievarea surselor evazive şi ostile...
Conferinţele de presă...
Interviurile cu personalităţi...
Capitolul 8. Prezentarea datelor numerice şi a statisticilor.
Informaţii despre statistici...
Valorile medii...
Distribufia valorilor...
Procentele...
Pe cap de locuitor...

Anchetele…
Sondajele de opinie…
Corelaţiile…
Pronosticurile…
Creşterea reală versus creşterea aparentă…
Capitolul 9. Documentarea online…
Reţeaua web…
(thidurile…
Resursele jurnalistice…
Site urî de ştiri…
Căutarea…
Simţeai de căutare awitmtlă
Kuiluami paginilor web…
Alle (tulii util pentru navigarea pe Internet…
Newsgroups…
Ibrumurile…
Listele…
Citpitolul 10. Jurnalismul de investigaţie…
Camereristicile jurnalismului de investigaţie…
one productive care trebuie investigate…
Abilitaţi le necesare în jurnalismul de investigaţie…
Cum se desfăşoară operaţiunile de investigaţie…
Citpllnhil li. Relatarea evenimentelor catastrofice…
Asiguraţi-vă că relatarea unui dezastru
Nu devine ea însăşi dezastruoasă…
Vlmlerlle umane…
(\intactarea rudelor victimelor…
Capitolul 12. Greşeli, rectificări şi farse…

Lihnite...
O în ar trebui să reacţionaţi în cazul greşelilor...
Mari farse gazetăreşti...
Capitolul 13. Litica profesională...
Hulii ulii generale...
mele gri...
I’iipliolul H, Stilul jurnalistic...
Vlanijicarea...
(laritatea...
lltubului viu...
Onestitatea...
Hecifla...
Armonizarea...
L\fU lentă...
Inlositl buline) /liste pentru a reliefa anumite aspecte într-un articol
Hevituhea...
Satisfacţiile scherll...
Capitolul 15. LmrAurllo...
Redactarea\e\\i-urilor Incitante...
Abordarea tip ştiri de senzaţie...
Alte abordări...
Capitolul 16. Construcţia şi descrierea...
Reguli de construcţie...
Analiza structurii articolului...
Finalurile...
Descrierea...
Capitolul 17. Folosirea citatelor...
Când apelăm la citate?...
Acuratefea...
Greşelile gramaticale...

Eficienta...
Atribuirea citatelor...
Inventarea citatelor...
Capitolul 18. Moduri diferite de redactare a unui articol... Diverse abordări...
Capitolul 19. Comentariul. Între intenţie şi orice altceva...
Comentariul în articolele de informare...
Marele Eu...
Corectitudinea politică...
Analiza...
Articolele de fond sau editorialele...
Comentatorii...
Recenziile...
Capitolul 20. Jurnalismul pe Internet...
Realizarea unei pagini web...
Prima pagină...
Structura site-ului...
Navigarea...
Redactarea ştirilor onllnv...
Isinkurile... «...
Arhivele...
Klementele vizuale...
Opţiunile Interactive...
Ityedback şi discuţii...
Stoiyhoardinx...
Date despre utilizatori...
IUhihwn (le selectivă...
Antoloffil de jurnalism...
Memorii scrise de reporteri...
Literari critice...
Cörtlh de tip „Cum să... „... Statistici st

cifre…

Index…

Prefaţă la ediţia întâi

Iun o frumoasă poezie, Constantin K ava fi sîşi imaginează un dialog între un llii Ar poet şi deja celebrul Teocrit. „Înaltă e vai, /prea înaltă, văd, scara IS mv în /de pe această primă treaptă unde mă aflu/n-o să mai urc în veci, nr. În umil de mine” – se plânge tânărul poet. „Dacă te afli pe această primă nmpiii, răspunde înţeleptul Teocrit, „fii mândru şi fericit. /Aici unde ai ajuns nu e puţin lucru, /căci încă şi această primă treaptă/e foarte departe de lumea din rând” (Constantin P. Kavafis, Poezii, traducere A. Rău, Editura Univers, IfTI).

(mi ca pe care o oferim acum celor care lucrează, vor să lucreze sau pur şi, simplu sân! Curioşi să ştie mai multe despre jurnalism seamănă cu sfaturile Mii Inului poet adresate tânărului şi (prea repede) dezamăgitului emul. Este o mu în născută din înţelepciunea jurnalistului încărunţit în redacţii, din erorile l teuyitcic deja uitate, din entuziasmele ce par, retrospectiv, aproape ridicole, din incrtnccnările nu o dată derizorii, din speranţele şi dezamăgirile acoperite un colbul gros al miilor de ore petrecute cu creionul în mână, până târziu în mi pir liste o carte care emană un amestec ciudat de credinţă şi zădărnicie, în r <pn înţil ce se vrea comunicată şi scepticism în ceea ce priveşte puterea ifiloi tineri de a evita greşeli, pe care oricum nu le înţelegi decât numai după Of în ui (Beut (şi poate nici atunci), amestec pe care îl poate înţelege numai

cel mic a rezonat cu ticăitul ceasului, ţăcănitul maşinilor de scris, ritmul uşilor li Iniile în grabă, rumoarea vocilor obosite şi zdrăngănitul linotipurilor ori al

Rotit Ivel.

Pentru est, fie că vorbeşte despre calităţile jurnalistului, despre scriitura, ilenpic etica profesională sau despre munca editorului, David Randall transmite îi mi mult dectl sfaturi, reguli sau principii în fiecare pagină simţim, dincolo ilr i mimţa cuvintelor, pulsul unei experienţe şi al unei dăruiri, aproape incan-llfftconte, pentru o profesie care, în ipostaza ei „universală" de lucru bine şi iNtrsi lăiul, este ni stare să te faea „mândru şi fericit", „departe de lumea de itml".

IV tir ulia parte, lucrarea lui I). Kaiulall se adresează, în primul rând, celor f Mir nr, afin tun un Ici sau altul „pe prima treaptă" a jurnalismului. Nu înţeleg însă „primit treaptă" cu poziţie exclusiv lulmliilsiiutivă: ar fi ubsuid să credem cât oricine s-o angajai într-o redacţie este, prin acest hanul lupt, deju jumulişi, şi ar fi la fel de absurd să credem el simpla lectură a unui „reţelm", Mc manual de jurnalism, fie „carte de înţelepciune şi sfaturi" (cum este eeu du faţă), transformă novicele în jurnalist priceput. Această „primă (reaplă** de la care ar trebui citată lucrarea jurnalistului englez s-ar referi, mai degrabă, la o anumită atitudine faţă de profesie, bazată pe ideea că nimic nu este magic, înnăscut, hărăzit, ci că totul vine în urma unui proces îndelungat de mito* perfecţionare. Dacă novicele nu a ajuns pe această

treaptă minimă a înţelesei 11 jurnalismului, nicio mie de cărţi, nicio mie de cazuri formidabile şi, evideni, nicio mie de texte publicate nu-l vor ajuta să înţeleagă vreodată ce este cu adevărat jurnalismul şi ce caută el în interiorul acestei profesii.

D. Randall ştie că breasla jurnalistici este eteroclită în ceea ce priveşte cultura şi formaţia iniţială a membrilor ei, tipurile de activităţi prescrise şi executate, valorile şi modurile de comportament etc. De aceea el polemizează, încă de la început, cu ideea că ar exista modele unice şi re (ete general aplicabile; dar el susţine, ca orice om trecut prinţi-o viaţă de jurnalist, cu orice dascăl devotat misiunii sale, că există ceva „universal" în jurnalism – căutarea lucrului bine făcut. Universalismul reprezintă aici, în primul rând, o componentă etică: ea ţine de o anume atitudine faţă de tine însuţi/însăţi, de un respect, dacă nu al adevărului, exactităţii, acurateţei, echilibrului, înţelegerii, căldurii umane, cel puţin al efortului de căutare a adevărului, exactităţii, acurateţei, echilibrului, înţelegerii şi căldurii umane. Acest lucru face cu rândurile scrise de D. Randall să fie o pledoarie pentru onestitate şi respect: faţă de cel mai important partener de dialog – cititorul –, faţă de colegii de redacţie, faţă de oamenii despre care scrii, faţă de profesie, fată de valorile el, şi apoi, global, faţă de cele ale umanităţii. Tocmai pentru că aceste lucruri slut universale, respectarea lor poate conduce la un „jurnalism universul" sau, mul direct spus, la un

„jurnalism bun”, cinstit, echilibrat, atractiv. Acesta nu este un bun câştigat o dată pentru totdeauna (din şcoli sau din experienţele de teren), ci o bătălie permanentă pentru depăşirea atât a vicisitudinilor înconjurătoare, cât şi a propriilor limite.

Nimic nu-l irită mai tare pe D. Randall decât inamicii „jurnalismului bun” – politicienii veroşi, funcţionarii leneşi, specialiştii în marketing şi publicitate însetaţi de câştiguri rapide, patronii obtuzi şi, mul nies, jurtinliştil incompetenţi şi necinstiţi (cei care nu „peniţele şi minţile de vânzare”), fabricanţi de scandal, cărora nu le pasă de ceea ce se petrece tu ren lit ale (cel care „puteau scrie impresionant de mult despic nimic şi la nesfirşll despre foarte puţin”). Corectitudinea şi excelenţii profesională vin, crede I). Kmidnll.

«Hit ruNpcctiil liilfl de propria profesie şi propriul anine: nu poţi (ace un lucru pinM, lin poli face concesii dacă în la propria (a reputaţie.

Do asemenea, ca orice om pe care viala l-a învăţai să vadă cu claritate Im mi Ile şi să lui se lase păcălii de asemănările ori deosebirile de suprafaţă.

I luv UI Uandall nu se sileşte să eticheteze prostiile drept prostii şi adevărurile timpi adevăruri. De aici derivă o anume sentenfiazitate a cărui, piperată ici şi u» În cil formulări paradoxale, note landru-ironice sau anecdote revelatoare: „În liceal sens, feriţi-vă mai ales de subiectele care par să se scrie singure. Din R aveţi de-a face cu un astfel de subiect, opriţi-vă, gândiţi-

vă şi scrieţi-l dumneavoastră înşivă. Sau: „Şi nu spuneţi despre o clădire doar că este Inallă. Cil de înaltă este! În metri, vă rog, plus o explicaţie plastică din care să iuliimă ce anume înseamnă înălţimea respectivă.

I Icnelii/Jiul coperlile lucrării lui D. Randall, cititorul descoperă o „carte de Invfil Aiiirir: ea conţine experienţe, sfaturi, îndemnuri, reguli, interdicţii, (înveli lotul izvorât dintr-o cultură profesională („cultura redacţiilor**), nihillA pl. Într-o experienţă personală. Diferite fragmente pot fi decupate, lipite, HllMlo la vedere şi utilizate ca lecţii de viaţă, ca aforisme ori ca sentinţe lli în iainiirc de acţiune. În alte fragmente, cei cu o oarecare activitate pot h t unoasic situaţii şi experienţe deja trăite, iar cei care doar visează să devină JIM iialiyll KH găsi secvenţe care le întrupează aspiraţiile. În această carte, orice i-iivint îndeamnă la acţiune, în temeiul unor alte acţiuni, făcute de alţii, acţiuni h» au dnhliidii, prin repetare, valoare de exemplu. Drept urmare, acest volum lui MMu (ţi, nu trebuie privit ca) un manual de jurnalism; într-un asemenea tip ilm lunare, la baza recomandărilor stau nu numai o sumă de situaţii şi MtMIenţe irAite, ci şi un ansamblu de concepte, chiar de teorii; aceasta iţi-iipune cercetări ştiinţifice, experimente, corelarea unor domenii diverse (ţi” la Noelologie la naratologie, de la psihologie la inginerie) şi construirea UIMII precepte de acţiune ca rezultat al convergenţei dintre experienţă şi i iun epi, Mima de cazuri particulare şi teoria interpretoare. Manualul este

lui vllabil deductiv, cartea de înţelepciune este fireşte inductivă; primul justiţiell l demonstrează, cealaltă povesteşte; primul convinge argumentativ, miiliilia emoţionează şi se impune afectiv; primul este a-personal, cealaltă puni la peeetea unor trăiri şi a unei filosofii de viaţă determinate; primul poate

Îl piollial de diverşi „dascăli” şi re-lransmis altora, cealaltă nu poate fi asumată l privc Niltfl decât de autorul său.

III Irlul acesta, cele două tipuri de cărţi se completează, atât în conţinut, cât l lui K-iNpectiva tic alxmlare. Important este să nu uităm nicio clipă că dincolo tic căiţi şi de cuvinle se află o realitate vie, mereu în mişcare, pe care lllcl lern Ele şi nici sfaturile nu o pol epuiza, loc pot însă indica o ţintă spre care fiecare (itnhr Hau nu) Jurnalist va încerca să ujmigil, prin efortul propriu, conform aspiraţiilor şi conştiinţei sale morale. Şi ar fi de dorit ca primele sit nu fie mai puternice decât a doua. Pentru cât un Jurnalist este o conştiinţă* pii Nlt

În slujba unei cauze, nu a unor interese.

Mihai Cornau

Cuvânt înainte la ediţia întâi în limba română

Schimbările din ultimii ani din Europa Centrală şi de Est au deschis calea poillllI o pl, cea liberă şi independentă. Şi în România, presa se reaşază, într-un HtH? 0H loilU dar implacabil, pe bazele adevăratului profesionism, iar jurnaliştii llioop în (1 conştientizeze, din ce în ce mai mult, faptul că au nevoie de noi UUII olln (o pentru a

răspunde exigentelor tot mai mari ale cititorilor şi pentru îi ao Impune pe o piaţă din ce în ce mai competitivă.

Nevoia de instrucţie profesională în câmpul jurnalismului e evidentă şi pimlo îl măsurată fie şi numai prin răspunsul entuziast al celor ce lucrează în phn la diversele programe organizate pentru gazetari în întreaga ţară.

Management & Media Academy, organizaţie nonguvernamentală cu sediul în A mitei dăm, a dezvoltat, în ultimii ani, cursuri intensive de practică jurna-llllloil îi management de presă în folosul a sute de ziarişti, în Rusia (Moscova, Nllllkt Petersburg, Nijni Novgorod, Iaroslavl, Volgograd etc.), în unele republici tili! Aula Centrală, precum şi în România.

Tll timpul acestor sesiuni de training, am întâlnit o serie de probleme greu tio în (clon pentru un jurnalist occidental, una dintre cele mai importante fiind lipia materialelor de instruire adaptate la nevoile de informare dintr-o nouă Mit, a Informatici. Faptul că există prea puţine cărţi de jurnalism într-o limbă om piirtipemifl ne-a dat ideea de a dezvolta o asemenea lucrare.

Jurnalistul universal este răspunsul nostru la nevoia tinerilor jurnalişti de H a von la dispoziţie literatură de specialitate, adaptată la timpurile moderne. AtâoaMU carte, al cărei conţinut este comunicat oral în multe cursuri desfăşurate III ultimii ani, poate fi de folos celor ce doresc să-şi înţeleagă mai bine profesia l ftit şi Inert meseria într-o manieră mai eficientă şi mai utilă, atât lor

înşişi, cât l Hooiollttll.

Neiiorea Cărţil n căzut în sarcina lui David Randall, fost redactor-şef adjunct ni ziarului londonez The Observer, în prezent unul dintre cei mai buni instructori tio Jurnalism ce activează în Europa de Est.

Jurnalistul universal se adresează în special ziariştilor, comunicatorilor, nlllilotl (lliir dl profesorilor din facultăţile de jurnalism.

Până acum, singurii zinrlyil al profesori roni Aiil care jiu venit în condici cu textul lui Rauda]] nu fost col aproximativ 80 du participanţi la programul PHARE pentru Democratic „Jurnalism specializat”, dezvoltat de M M A tu colaborare cu Centrul pentru Jurnalism Independent din Bucureşti.

Sperăm că, acum, aflându-se la dispoziţia unui numitr mult mai mare de studenţi şi profesionişti din sfera jurnalismului şi comunicării de masă, această carte va contribui la dezvoltarea în continuare a unei prese de calitate şi la o mai bună acoperire a evenimentelor şi stărilor de fapt din România.

Publicarea Jurnalistului universal a fost posibilă datorită sprijinului primit din partea unor persoane şi organizaţii, cărora le mulţumim pe această cale. Manuscrisul a fost tradus în româneşte şi editat de domnul Alexandru Ulmanu, cu sprijinul financiar al Fundaţiei HetParool şi al Programului PI IARB pentru Democraţie al Uniunii Europene, program care a finanţat, de asemenea, o serie de cursuri în urma cărora cartea de Faţă a

putut fi dezvoltată într-un mod în care să răspundă nevoilor şi condiţiilor din România. Editorii doresc să mulţumească domnului Mihai Coman, care a parcurs şi revizuit documentul înainte de publicare, domnului Ferenc Vasas, care a oferit o serie de a Calmi utile, şi domnişoarei Giulia Năstase, cu care ne-am consultat în unele probleme delicate de traducere. Tipărirea şi publicarea cărţii au fost posibile printr-o contribuţie a Fundaţiei Soros pentru o Societate Deschisă.

Annemiek Hoogenboom, director al Management <le Media Academy

Alexandru Brăduţ Ulmanu, supervizor şi traducător al ediţiei tntti în limba română

Nota traducătorului la ediţia întâi.

Ţi milieu en din engleză a unei cărţi de jurnalism precum cea de faţă pune llü Miile probleme celui care se încumetă la o asemenea întreprindere. Darnici MIM i hi unic ai îi tic delicată precum cea legată de termenii specializaţi care apar hm un iihK ci de text.

I'iilonlik! Multă vreme o terminologie preluată din franceză, dar şi din rusă, piftii din KomAnia s-a văzut, în anii din urmă, în situaţia de a împrumuta sau mMiii o serie de termeni jurnalistici anglo-americani. Aceasta ca urmare a iimmlhiii/Urii structurii redacţiilor, echipamentelor şi tehnicilor de lucru, pl, un om gl a contactului gazetarilor şi al formatorilor cu literatura anglo-iiiun îi untr de specialitate.

Aa HO lâice că în multe casete redacţionale

apar termeni precum „editor”, pe Klllor» yef”, „editor de ştiri”, „editor senior” «sau chiar „senior editor”,”»!» în Uli Hor”, „lay-out” ş.a.m.d. Au apărut, la unele ziare şi posturi de radio l lelovi/lui le, departamente noi, cu denumiri care nu spun nimic neiniţiaţilor», am ar fi „Doftk”, iar în redacţii şi şcoli de jurnalism se folosesc termeni în HWepilii „englezească” (de exemplu, „editare”) şi cuvinte preluate direct din Clltfle/H, care (le nu au, pur şi simplu, un corespondent în limba română care Nil Io exprime (Idei şi succint toate nuanţele şi înţelesurile („feature”, „on the WOrtr/ffOIT the record”, „freelancer” sau chiar „story”), fie sunt traductibile, ilni ROul III/cază în jargonul jurnalistic în paralel cu termenii neaoşi, impunân-ilu no uneori în faţa acestora („follow-up” pentru „articol de urmărire” sau „Ipim! M peulru „paragraful introductiv”).

Nu mal pomenim aici nenumăraţii termeni anglo-americani folosiţi în HNN lille eleelronice (radio, televiziune, Internet) şi în industria relaţiilor puhilOOI rănea de faţă fiind dedicată, în principiu, presei scrise.

Chilii fji persoanele publice şi organizaţiile care vin în dese rânduri în (MIMMOI eu piesă nu ităoplal asemenea termeni, „no comment”, „briefing” sau „oll Ihn recordH/Molâtlll record”, numărându-se printre cei mai întrebuinţaţi.

— M imun Aikli lesen a (indus secţiunile revăzale sau adăugite ale ediţiei a doua iMlitiiiale (Philo Piesa, 2000) (n.cd.).

IMnă hi iipiirlliti unui dicţionar cu»le/.

— Roiu An de termeni jiiinclcl kâiinoscui unanim de breaslă gazetarilor şi a formatorilor de Jurnalism, a-mi Ntfl terminologie hibridă va persista în presa română.

Coexistenţa anumitor termeni, cum ar fi „reporter” şi „editor* (care nu înseamnă întotdeauna acelaşi lucru) nu este neapărat un lucru negativ. Pericolul constă în faptul că unii termeni preluaţi din literatură anglo-americană de specialitate sunt interpretaţi, în suficient de multe cazuri, fie greşit, fie diferit (în funcţie de persoana care face traducerea), ceea ce dă naştere la con fu/II. Fapt cu atât mai neplăcut când se întâmpla în învăţământul jurnalistic, bibliografia anglo-americană în şcolile de gazetărie fiind consistentă. Un singur exemplu: „on the record” şi „off the record” sunt două sintagme adesea traduse, în mod greşit, prin „oficial” şi „neoficial”. De fapt, ele înseamfl „pentru înregistrare” şi „în afara înregistrării” sau „cu atribuire” şi „fitrll atribuire” (referindu-se la declaraţiile surselor), cea mai nimerită fiind totuşi folosirea variantei originale.

Pentru sintagma „news value”, tradusă, în unele lucrări în limba română, prin „valoarea ştirii”, am preferat, pentru evitarea oricărei confuzii, expre Nla „valoare de informare”. Termenul englezesc „news” exprimă conceptul de ştire, adică informaţia de interes public, sau, mai bine spus, ceea ce merită a fi publicat, şi nu ştirea că gen jurnalistic („news story”). „Valoarea de informare” a unui subiect este dată de unele criterii (proximitate temporală, spaţială, impact,

consecinţe etc.), care sunt prezentate în capitolul cu acelaşi nume.

Adeseori am ales să păstrăm termenul „editor”, funcţie care poate fi echivalentă, în funcţie de context, celei de director („editor al ziarului Times**), şef de departament sau supervizor. În presa română, titlul de „redactor” (care ar fi traducerea cea mai apropiată de sensul termenului englezesc „editor”) nu este atât de strict delimitat, suprapunându-se uneori (sau într-o anumită măsură) celui de „reporter”. (De altfel, acest fapt a fost remarcat de breaslă, termenul „editor” încetăţenindu-se în multe redacţii din România.)

Pentru că unii jurnalişti şi profesori de ziaristică înţeleg prin „articol” un gen de opinie (după modelul rusesc), facem precizarea că în cartea de faţă termenul defineşte orice piesă jurnalistică.

Am făcut aceste precizări pentru a elimina eventualele confuzii. Ici inc nil întrebuinţaţi în varianta românească a cărţii lui David Randall au fost aleşi cu grijă, bazându-ne pe experienţa personală, dar şi în urma consultării altor jurnalişti, profesori şi specialişti în limba engleză. Dincolo de toate acestea, fiecare redacţie are, desigur, propria schemă de organizare şi nu iun intenţionitl să impunem modele. Însă, mai ales la nivelul şcolilor de Jurnalism, o miuinllH

Mlllhlimil/iiio îi termenilor de specialitate este necesarii, asucl încât studenţii lit llll itibfl de a lâice cu noţiuni diferite tu funcţie de facultatea

la care învaţă» Uli Hilm1 de profesorul care prédit cursul, fu mod firesc, următorul pas ar fi tfliiltni ai ca unui dicţionar cngic/.

— Rom An de termeni jurnalistici.

Alexandru Brăduţ Ulmanu

În memoria lui JOHN MBRRÂTT, cel mai bun reporter

Pe care l-am cunoscut vreodată.

Mulţumiri

Cu riscul tic a suna asemenea unui discurs plicticos din seara decernării (hun în Hor, există o listă lungă de persoane ale căror recomandări şi opinii ţinu Inuii loc în această carte. Lista începe cu regretatul Geoff Collard, de III primul/iar la care am lucrat (el m-a învăţat că jurnalismul fără simţul iunim H nu se poate numi jurnalism) şi cu redactorul de ştiri Cathryn Nhiimhu, ale cărei lecţii tiranice de profesionalism păreau un blestem la viunui aceea, dar s-au dovedit mai apoi o binecuvântare. Peter Corrigan (printr-o supraveghere atentă) şi redactori precum Peter Dobereiner, Hugh Mullviiincy şi regretatul Laurence Marks (prin puterea exemplului) de la în Observer mi-au arătat ce înseamnă concizia şi claritatea. Paul Routledge lolm Murin, de la acelaşi ziar, mi-au oferit lecţii despre cum gândesc şi mi-lonui/ÎI cei mai buni reporteri. Pe parcursul unor serii de conferinţe miNtlliile în Rusia, John Shirley m-a învăţat foarte multe despre „cum să hitiM controlul asupra materialului*”. La Ttie Independent, unde lucrez mumii, (lupă aproape 30 de ani de jurnalism, am descoperit din nou că

nunii, ca trăieşte, învaţă. În special reportajele lui Simon Ritter asupra Mihlu li lor de zi cu zi mi-au perfecţionat capacitatea de a identifica lini IROllNiirile puse pe hârtie, iar colaborarea cu Michael Williams a echivalat Uli (IU curs particular de masterat în domeniul abordării ştirilor cotidiene.

Nu (rece aproape nicio zi în care să nu testez mental vreun posibil tiipuii, un lillu sau elementele care dau relevanţă unei ştiri în funcţie de fttHIlriimlolc stabilite de aceşti oameni.

Prefaţă

Accii NIIF carie cuprinde cele mai valoroase sfaturi pe care le-am primit mm în iun acumulat pe parcursul celor trei decenii de experienţă ca jurnalist. UnolO mi-au rost oferite de persoane mai în vârstă şi mai înţelepte, altele fie uni dedus observând modul de lucru al unor reporteri experimentaţi unu „Iuţind meserie”, unele le-am găsit în cărţi, altele pe Internet şi Imme multe le-am învăţat din greşeli şi din lecţii dure în ceea ce şi Iveişto modalitatea optimă, cea mai ingenioasă de a realiza ceva. Dar, liniilei cui de sursele sugestiilor prezentate aici, ele m-au ajutat să scap UU Ihţit curată de multe ori, iar în alte ocazii mi-au adus subiecte minunate.

Cili tun se intitulează Jurnalistul universal ca reacţie faţă de cei care i iiuililei n că fiecare tip de publicaţie generează o formă de jurnalism iniţile, distinctă, pe care cei ce o practică o consideră, în mod inevi-liihil, miperioară celorlalte tipuri de jurnalism. Nu este aşa. Dacă scrii fi Ullütjil destule

articole, în cele din urmă îţi dai seama că există numai linul) tipuri de jurnalism: cel bun şi cel prost. Cel prost este practicat de Util nu r no ţiritbesc mai mult să tragă concluzii decât să descopere fapte, Mi i1 netlu pentru ei, şi nu pentru cititori, sugerează în loc să afirme, se oMorllln şi f at Klese într-un limbaj de lemn, în formule, stereotipuri şi i llţii», consideră acurateţea un bonus, iar exagerarea un instrument de lunu, preferă lipsa de claritate în locul preciziei, comentariul în locul lud h umilei şi cinismul în locul idealismului. Jurnalismul de calitate MU1 lulrlij. Riii, atractiv, oferă informaţii credibile, bine încadrate în i iiuieM, iviir onest în ceea ce priveşte intenţiile şi consecinţele, foloseşte un lliulml viu, Iar unicul său scop este evidenţierea adevărului – Imilirieiii de public, cultură, limbă sau circumstanţe. Acest tip de ui inillhin h) \găseşte locul tu orice publicaţie, deoarece este – în toate sensurile cuvântului – universal. Scopul acestei cărţi este să vi-l arulo cum poate fi realizat.

Al doilea motiv pentru care am ales acest titlu îl constituie faptul cil, în prezent, într-o lume în care atât mijloacele de comunicare disponibile, cât şi cantitatea de informaţii care ne asaltează se multiplică pe zi co trece, oricine doreşte să devină un bun jurnalist trebuie să dobândease H o serie de abilităţi noi. Uşurinţa de a lucra cu cuvintele nu mai este suficientă. Trebuie să fiţi un intervievator inteligent şi sceptic, să vă vină uşor să folosiţi date statistice, să înţelegeţi modul de funcţionare al

mass-mediei online, să ştiţi să folosiţi Internetul pentru documentare, să relaţional cu diverse tipuri de surse şi cu persoane care manipulează informaţiile şi să fiţi capabil să scrieţi articole mai bogate în informaţii, mai atractive ca limbaj şi mai de încredere decât cele ale concurenţei aflate mereu în expansiune. Dacă vi se pare o treabă grea, să ştiţi că aşa şi este. Această carte îşi propune să descrie noile tehnici care, alături de cele tradiţionale, contribuie la formarea jurnaliştilor cu aptitudini universale.

Capitolul 1 Calităţile unui bun reporter

Singurele calităţi pentru a avea un real succes în jurnalism sunt şiretenia unei vulpi, o atitudine credibilă şi puţin talent literar.

Nicholas Tomalin

Uopoi terii sunt eroii jurnalismului. Rolul reporterilor este să descopere. Mi utili primii care pătrund în haosul prezentului, bătând la uşi închise, AIIONClt îi. Humându-şi riscuri pentru a descoperi sursa adevărului. Dacă IIU Oii atunci cine să o facă? Editorii? Comentatorii? Reporterilor li Se unirii o unică alternativă: să accepte versiunea autorizată, aceea pe care DăllIO llll de afaceri, birocraţii şi politicienii o aleg spre a fi difuzată. La în uni urmei, dacă n-ar exista reporteri, de unde ar afla comentatorii

Infoniiiţille?

Aioiueneii majorităţii eroilor, reporterii au şi ei defecte. Luaţi în H i uni în al u, nu o reputaţie mai proastă decât cei care lucrează în alte lltlil IOI lll; deoarece o mare parte dintre ei au obiceiul de

a exagera, a lilliputien şi a distorsiona adevărul, o parte din breaslă a ajuns să fie MiiH liilfl cu lipsa intenţionată de onestitate. Nu degeaba scenariştii şi iliiânmiuijill, când au nevoie de un personaj negativ antipatic, optează de uliii ivi pentru un reporter de la un ziar de scandal: fac economie de llllip. Nu trebuie să consume pagini întregi pentru a sugera lipsa dei lui – tg» l l morale; simpla enunţare a ocupaţiei personajului este lllflulaiitn pentru ca publicul să înţeleagă că această persoană îi va HIH lilpiiln pe col din jur şi le va înşela încrederea, Mai sunt şi leneşii – Dil Ultiu «leu să ofere Informaţii cu picătura şi să le prezinte superficial, în loc să încerce varianta mai dificilă, mai solleilantă şi adesea ilseanifl de a o face cât mai bine. Cu siguranţă, în Istoria jurnalismului există foarte multă rea-voinţă şi lipsă de profesionalism.

Cu toate acestea, există şi o doză semnificativă de eroism, mult mai mare decât implică imaginea pe care majoritatea criticilor mass-inediol şi a şcolilor de jurnalism le-o prezintă începătorilor. Printre exemple se numără: dezvăluirea de către John Tyas, în The Times, a atrocităţilor comise de britanici împotriva manifestanţilor din Manchester în 1819; relatările lui William Howard Rüssel cu privire la eşecurile armatei britanice în Crimeea; dezvăluirile lui William Leng, în Sheffield Telegraph, referitoare la corupţia şi violenţa din oraşul respectiv (el a fost ameninţat de atât de multe ori, încât păstra mereu în birou un pistol încărcat şi era escortat de poliţie

până acasă în fiecare seară); Emily Crawford, care şi-a riscat viaţa de nenumărate ori pentru a scrie în Daily News despre Comuna din Paris, în 1871, iar mai apoi a fost prima care a publicat informaţii despre Conferinţa de la Versailles; Nellie Bly, care s-a prefăcut că suferă de o boală mentală pentru a pătrunde într-un azil, scriind apoi o serie de articole pentru New York World, unde a descris teroarea şi cruzimea pe care le-a descoperit acolo, fapt ce a condus la îmbunătăţirea condiţiilor din aziluri; demascarea prostituţiei minorilor de către William Thomas Stead în Pali Mail Gazette; articolele Idei Tkrbell din McClure’s care au prezentat corupţia şi strategiile de intimidare asociate cu numele companiei Standard Oil între anii 1902 şi 1904 şi au pregătit terenul pentru desfiinţarea firmei.

De asemenea, mai există şi exemplul lui Emilie Marshall, care a pus capăt monopolului masculin în unele domenii, fiind prima femeie reporter acreditată la Camera Comunelor, precum şi prima care a föcut parte atât din echipa de la Daily Mail, cât şi de la Daily Express; relatările lui John Reed despre Revoluţia Rusă; demascarea rasismului violent al Ku Klux Klan-ului de către Roland Thomas de la New York World; relatările lui Ilya Ehrenburg pentru Red Star, care au cuprins primele descrieri ale lagărelor de exterminare naziste; investigaţiile de la Hiroshima ale lui John llersey şi Wilfred lltircliell, ce au dovedit netemeinicia afirmaţiilor oficiale conform cărora nu ar fi existat boli cauzate de radiaţii;

opoziţia curajoasă a/lairlor Tiu* Ohsrrver şi

MtMilwster Guardian Iuţit de invazia Suczului din 1956; campania şi H novertmin de demascare a unor breşe în sistemul de securitate la nivel lllilll, de Nlâlşurală de întreaga presă britanica la începutul anilor ’60; timnil Ncaica de către Seymour Merseh, pe atunci tânăr ziarist indehmi «I «mii, a tuturor ororilor asociate cu masacrul de la My Lai din 1968; Munpiuila miNţinuttt de Sunday Times privind malformaţiile congenitale INkUKMO de medicamentul numit talidomidă; investigaţiile lui Care IIVIIIM leln şi Hot) Woodward cu privire la Afacerea Watergate, pentru WmhillltOH Post, care au demonstrat că preşedintele SUA era un min-i inoi corupt; refuzul lui Robert Fisk de a accepta explicaţiile NATO (klUI alo oricărei alte organizaţii) în relatările despre conflictul din KOIOVU, în The Independent (1999).

în iinoinenea, există şi alte persoane, ale căror nume sunt adesea Inlllnhr, dar rareori reţinute; cei ale căror strădanii de a-şi informa Uninunllalea din care fac parte se lovesc nu doar de răspunsuri oficiale OIMII lltillvo sau evazive, ci şi de tentative de intimidare sau acţiuni mai llavi» În fiecare an, mii de reporteri sunt arestaţi sau ameninţaţi, sute tllll Condamnaţi la închisoare, iar mulţi sunt ucişi. Forma extremă de IIWnllVN lare este ceea ce jurnalista peruviana Sonia Goldenburg a numit „UIMI/lli N prin moarte”. În 1982, în întreaga lume au fost ucişi nouă iiniiill) îl în 1994, nu mai puţin de 103 jurnalişti au plătit cu

viaţa (Will Ml că fhiti apropiat prea mult de adevăr. La sfârşitul secolului XX, III fitului o lună 40 de jurnalişti erau ameninţaţi, 20 arestaţi, 90 aruncaţi l lui lll Noaro, iar trei omorâţi. Povestea fiecăruia dintre ei reprezintă un I II a îi h «Ici mit iv pentru cei care lucrează sau nu în domeniu şi care» umhin A că jurnalismul este o ramură a marketingului ce pune la cale i „uitri cază lucruri fără valoare. La urma urmei, nicio autoritate nu HI doimea să obstrucţioneze, să condamne la închisoare ori să asasi-WWV m» elnova pentru acest lucru.

LII Mlirijil, mai există zeci de mii de alţi jurnalişti, adesea din presă li ii-i III. A căror sarcină nu presupune nimic mai eroic sau mai glorios t) Mi de<Ni operirea celei mai complete versiuni a evenimentelor din Minima lor şi relatarea acestora, la un se aşteaptă să dobândească averi nu” OUlobl Hale şi nici nu există vreun motiv anume pentru care să merite ItlU ftli1 lucruri, Cu (oale acestea, ei reprezintă un antidot, din punct de

JIIUNAIJ. STIAIJNIVim. SĂI.

Vedere social şi profesional, pentru cei care au renunţat la credibilitate în schimbul unui salariu mai mare sau al unei vieţi mai uşoare.

Toţi aceşti reporteri valoroşi au însă ceva în comun. Chiar dacă ascund acest fapt sub masca dură şi obligatorie a jurnalistului, totuşi nemuritorii, persecutaţii şi eroii necunoscuţi împărtăşesc o vi/. Iune comună asupra meseriei pe care o practică. Esenţa acesteia constă, în primul

rând, în punerea sub semnul întrebării şi deci în:

descoperirea şi publicarea unor informaţii care să elimine zvonurile şi speculaţiile; rezistenţa la controlul guvernamental sau eludarea sa; informarea şi deci împuternicirea persoanelor cu drept de vot; subminarea celor a căror autoritate se bazează pe lipsa de informare a publicului; examinarea eficienţei şi a ineficientei guvernelor, a reprezentanţilor aleşi şi a serviciilor publice; examinarea activităţii firmelor, a modului cum sunt trataţi angajaţii şi clienţii acestora şi a calităţii produselor lor; alinarea suferinţei victimelor şi demascarea vinovaţilor, oferind astfel un mijloc de exprimare pentru cei care în mod normal nu se pot face auziţi; reflectarea imaginii societăţii, cu virtuţile şi viciile ci, şi de-construirea celor mai preţuite mituri ale sale; garantarea faptului că se face dreptate, că se iau măsuri şi că vor fi întreprinse investigaţii în situaţiile în care nu se întâmpla aceasta; promovarea liberului schimb de idei, în special oferindu-le o tribună celor ale căror opinii diferă de concepţiile dominante.

Dacă puteţi citi lista de mai sus fără să vă înfioraţi, atunci poate că nu sunteţi făcut pentru jurnalism.

Atitudinile

Atingerea zilnică a scopurilor enumerate mai nun OfNo o rutivhtfl dilleilă, Ideea, des înliluifă în liudiil celor din nliua domeniului ui n-ai Im nulul, conform căreia un trpniiri irehule mal im îl die Imitant\acrie bine nu în npoifl nici initcar jumătate

dintre cerinţele meseriei. Calităţile literare lopio/imă doar unul dintre aspectele meseriei, iar adesea nu Inlimhipează componenta predominantă. De asemenea, a fi un bun i opui im nu înseamnă a-ţi însuşi o serie de trucuri şi strategii, dintre Ultra nit le alegi pe cele mai potrivite, în funcţie de circumstanţe. Pentru M aven succes ca reporter, este nevoie de o anumită atitudine şi un anumit caracter.

(VI mal important echipament al reporterului este ceea ce poartă cu» itin\Ideile şi atitudinile. Unele sunt instinctive, altele sunt învăţate rapid III mia de curs sau într-o secundă în redacţie, dar cele mai multe sunt llluuylle în ani de zile, odată cu experienţa, prin documentarea şi miltelarea, re-documentarea şi re-redactarea a sute şi sute de subiecte şi «illnilo.

(În/rlilria este una dintre acele meserii care se învaţă din greşeli. Eu ţilu, pontai că am făcut multe greşeli. În prima mea săptămână ca 111 îi îi lor, de exemplu, lucram la un mic ziar săptămânal din sudul Angliei l, pl. Iuţi o combinaţie între noroc şi determinarea mea de a impresiona, Hill dat de urma unui subiect bun despre poluarea unui râu. Am mers mai illimité, m-am documentat şi apoi m-am grăbit înapoi în redacţie, visând în laudele ce îmi vor fi aduse după ce voi preda articolul. „Ce dracu’ e linia?”, a urlat şeful departamentului de ştiri după ce a citit articolul, „Unde film toate numele?”. Fusesem atât de încântat de subiect, încât uliiihpiu să cer numele celor pe care îi intervievasem. Erau foarte multe H

h în lame, dar toate erau din partea unui „locuitor îngrijorat”, „hidro-Imlhilm”, „Inspector pentru protecţia mediului” etc. Am petrecut urmă-lONrolo TA de ore în picioare, alergând de colo-colo, aflând nume, HI nici vlevând şi reparând, astfel, în cea mai mare parte, lucrurile. Iar în Hiului a constituit capul de afiş al ziarului în acea săptămână. Am li ml, de atunci, foarte recunoscător prostiei mele. Pentru că am învăţat iliiull ler şi I nepreţuite în chiar prima mea săptămâna de lucru. Primul, că Hliilolo nu prea sunt de folos fără nume, iar celălalt, şi mai important, că fiiui ilh în este o muncă foarte dificilă. Cu siguranţă, entuziasmul şi o iniiili limtiulrc universitară nu sunt de ajuns; mai este nevoie şi de iiiliudint corospun/ltloare. Latfl-le mai jos pe cele mai importante.

Un simţ dezvoltat al ştirii

Aveţi nevoie de acest lucru – şi asta din trei motive. Primul, în sensul pozitiv al cunoaşterii a ceea ce constituie un subiect bun şi al capacităţii de a descoperi esenţialul într-o mulţime de nimicuri. Al doilea, în sensul negativ al condiţiei de a nu irosi timpul publicaţiei dumneavoastră pe urmele unor subiecte fără valoare jurnalistică. Trebuie să vă întrebaţi adesea: „Care este potenţialul acestui subiect? Care va fi cel mai important aspect, din punct de vedere jurnalistic, în momentul în care voi avea toată informaţia necesară?”. Iar uneori răspunsul va fi că subiectul nu va produce un articol interesant. Aşa că va trebui să renunţaţi la el. Al treilea motiv constă în

faptul că, dacă nu aveţi simţul ştirii sau, dacă îl aveţi, nu îl folosiţi, veţi pierde unele subiecte şi vă veţi face de râs. Să luăm exemplul lui Duncombe Jewell, un reporter de la Daily Mail, la începuturile ziarului. El a fost trimis să relateze lansarea vasului de război Albion la şantierul naval Thames Ironworks şi s-a întors la redacţie cu un text sforăitor care era, după spusele lui, „cea mai apropiată versiune a unui asfinţit de Turner care poate fi realizată în scris”. Când preda manuscrisul, la redacţie a ajuns vestea că în timpul lansării s-au înecat 30 de oameni. Redactorul de ştiri şi-a ieşit din fire. „Ei, da,”, a spus Jewell, „am văzut nişte oameni agitându-se în apă când eram pe punctul de a pleca, dar…”

Pasiunea pentru precizie

Ca şef al departamentului de ştiri, acesta este lucrul pe care îl preţuiesc mai mult ca orice la reporteri. Mă pot baza pe munca lor, pot avea încredere în acurateţea lor? Ca reporter, totodată, vă veţi da seama rapid că o reputaţie de jurnalist ale cărui articole, tipărite sau înaintate editorului, sunt scrise cu acurateţe şi fără exagerări constituie un mare avantaj. Dacă pierdeţi această reputaţie, vă va fi Ioane greu sit o i ecâştigaţi.

Precizia înseamnă trei lucruri. Primul, evident, sit înregistraţi şi să notaţi cu acurateţe ce vă spun oamenii. Al doilea) irofttlhliie’s! T aveţi grijă ca, oricât de exacte sunt paragrafele articolului, Iniirgiil să reflecte caracterul şi atmosfera reale ale situaţiei niii nu iihui iilhur. Aceasta

câte «iipunc adăugarea dalelor de ansamblu şi de context. În al treilea llml, nu trebuie să cădeţi în păcatul periculos, dar foarte răspândit de a KIIIMI: „1 (1 bine, dacă s-a întâmplat asta şi s-a întâmplat cealaltă, liHM itinun că şi al treilea fapt este adevărat”. Singurul dumneavoastră tlM/lilriu «lichuic să fie publicarea articolelor. Dacă există vreo lacună Iun o o mu mi; l înşiruire de evenimente despre care scrieţi, aflaţi cu pii H/la ce lipseşte, nu vă gândiţi că, dacă s-a întâmplat faptul A, apoi lui n UOVW, după care faptul C, atunci ar rezulta că elementul lipsă Hi ltulc nHlie li. S-ar putea să nu fie aşa.

Nu hurii niciodată presupuneri

Ai! Wl lumi este valabil pentru toate presupunerile – fie că se referă la Imji h a, Identitate, fapte sau motive. De cele mai multe ori, când formulaţi

O piohupunere, există şanse să aveţi dreptate. Exact din acest motiv IHI ftiipn/. Lţiile sunt atât de periculoase: este atât de tentant să le faceţi.

Din pnliolele sunt evidente. Scrieţi numai despre ceea ce ştiţi, nu ilimpic ceea ce credeţi că ştiţi. În acest fel veţi evita lipsa de acurateţe, llNNHfH llludinea şi dezinformarea – sau concedierea.

Iu hm un faimos exemplu al unui ziar britanic de mare audienţă care a pl, imn de la un colaborator o fotografie a prinţului Charles în timp ce linhiiilha o femeie, într-un moment în care se ştia despre el că are o URmiluki nefericită. Ziarul

a publicat fotografia sub un titlu care sugera

O Irfiiiuia amoroasă, pentru că redactorii au presupus acest gen de ImlhlIO, III bine, se înşelau îngrozitor. Lucrul pe care nu îl ştiau era că Mi linului fusese Rtcută la înmormântarea copilului acelei femei. Micuţul hihi lui «de leucemie, la vârsta de 4 ani. Prinţul făcea ceea ce oricare ill ui în uni ar fi făcut, probabil, într-o situaţie similară – îşi exprima (Mliipiifiiuimi fală de mama îndureratâ.

Nr lot loto să nu vă fie teamă că veţi părea prost

1 li îi II de Ignorant aţi pulea şi în legătură cu o anumită problemă, dacă llll jiiu, întrebaţi; dacă nu înţelegeţi, cereţi o explicaţie. Nu vă fie teamă că se va râde de dumneavoastră. Reporterii cu adevărat proşti sâni cei ce se prefac că ştiu, stau şi dau din cap tot timpul unui interviu pe care îl înţeleg doar parţial, apoi încearcă să scrie articolul şi constată cil nu sunt în stare. Momentul şi locul în care trebuie să vă arătaţi ignoranţa este atunci şi acolo unde intervievaţi, nu în ziar, în articolul ce rezultă după documentare.

Fiţi suspicios faţă de toate sursele

O atitudine generală esenţială pentru reporteri şi, de fapt, pentru toţi jurnaliştii este suspiciunea faţă de toate sursele. De ce îmi spune ace. Şi lucru? Care este motivaţia sa? Este cu adevărat într-o poziţie care stt-l permită să ştie ceea ce pretinde că ştie? Această problemă complexă va fi abordată în capitolul 6.

Abandonaţi orice prejudecată

Nu vi se poate cere să renunţaţi la toate convingerile şi punctele de vedere la care ţineţi, dar, dacă este aproape imposibil să le controlaţi impactul în plan inconştient asupra reacţiilor, nu trebuie să le lăsaţi niciodată în mod conştient să vă influenţeze munca. Reporterii sâni trimişi să relateze cu acurateţe despre ceea ce s-a întâmplat, nu să strecoare totul prin filtrul ideilor lor preconcepute, oricât de cultivate ţfl de inteligente ar fi ele.

Acest imperativ se aplică atât prejudecăţilor nou apărute, cât şi celor vechi. Nu lăsaţi ca opiniile pe care vi le formaţi încă din primele la/. O ale documentării să influenţeze prematur tratarea subiectului. Un mare păcat în care cad unii reporteri, mai ales cei în sarcina cărora Ilitrii frecvent scrierea unor articole de atmosferă, este că îşi compun în minte introducerea încă înainte de a face interviul. Este foarte posibil cil această introducere să fie inteligentă, este posibil să fie o capodoperă stilistică, dar există riscul să spună mai nuille despre reporter decât despre subiectul său.

Conştientizaţi că sfintefi parte a unui proces

Uuporterul irehuie. Să iacii coca ce vor editorii. Fireşte, puteţi să vă UOL litţi, eu ei, să ţipaţi la ei, să încercaţi să îi luaţi cu vorbă bună, dar, în linul, trebuie să acceptaţi decizia lor – ori să vă schimbaţi locul de lliuncă, Aceasta înseamnă profesionalism. Tot profesionalism este accep-lliioit disciplinei impuse de programul ziarului dumneavoastră. Foarte mulţi reporteri consideră

că un articol predat cu întârziere şi având o lungime mai mare decât cea cerută reprezintă o dovadă de talent literar. Nu OHle aşa. E o dovadă de amatorism lipsit de credibilitate. La fel este l i n/iil reporterului care, aflat pe teren, nu sună în mod regulat la Muliieţic. Cu toate acestea, este posibil, adesea, să speculaţi în avantajul dumneavoastră necesităţile ziarului şi să atrageţi atenţia asupra propriilor Mlllcolc, calculând momentul în care ziarul are nevoie de o anumită Itfiltliue sau de articole însoţite de fotografii, grafice etc.

— Şi oferind HIMln Inlul exact la momentul potrivit.

timptitla cu cititorii

Ollcc articol nu face doi bani dacă nu e citit; este ca şi cum l-aţi spune înnpin singur în cameră, pe întuneric. Cititorul trebuie să fie luat în filMMltlemrc în momentul redactării, dar mai ales pe parcursul documentării. Ce vor dori să ştie cititorii? Ce anume trebuie să le fie împlinii 7 J>i ce le va aduce nou acest articol? Găsiţi unele anecdote, mifilnll Io în ce măsură evenimentele despre care scrieţi le pot influenţa Vlnin, îi lor sau a altora; folosiţi exemple relevante din punctul de Vfiloro ni experienţei cititorilor; mai presus de toate, dacă este posibil, (NIVON tiţi, laptele în limbajul comun.

Dorinţa (te-a ctftiga

Mul (lyvremo njiu mai târziu, proaspătul raportor are revelaţia că restul Iun îl l nul\ ineţlouează în beneficiul ziarelor. Evenimentele au

loc în IIHHIItMIIO nepotrivite şi în locuri ciudate, telefoanele nu sunt întotdeauna la îndcinână sau lui funcţionează; (fi, dacă vă aliaţi în afara oraşului sau a ţării, puteţi răni, ne fără bani, mâncare, băutură, energie sau să intraţi în criză de timp. Aveţi nevoie de o dorinţă puternică de a înfrânge orice obstacole care vă ies în calc, de a intra în miezul subiectului şi de n aduna informaţii cât mai repede cu putinţă. Trebuie să fiţi ca Ed Cody, de la Washington Fost. Excelenta carte a lui Mort Rosenblum, Who Stole the News? cuprinde o relatare despre modul în care a acţionat Cody când. Aflându-se într-o noapte la Paris, în decembrie 1988, a aflat că un avion de pasageri al companiei Pan Am se prăbuşise la Lockerbic, un orăşel din Scoţia. Era 8.20 p.m. Şi ultimul avion din seara aceea spre Marea Britanie decolase deja. Cody a găsit un operator charter, l-a convins pe şeful departamentului de ştiri externe al ziarului său din Statele Unite să autorizeze plata şi, câteva ore mai târziu, reporterul era în Glasgow.

Lockerbie se afla la 96 km spre sud şi drumurile fuseseră deja blocate de poliţie. Ca prin minune, Cody a găsit un şofer de taxi originar din Lockerbie şi, datorită faptului că acesta cunoştea bine zona, precum şi pe unele persoane care puteau fi de folos, Cody a ajuns la faţa locului. Apoi, şoferul a găsit un prieten, care a deschis barul al cărui proprietar era, pentru a-l lăsa pe Cody să sune la redacţia din Washington şi să-şi transmită relatarea prin telefon.

Prăbuşirea avionului, în urma căreia au decedat toţi cei 259 de pasageri, precum şi 11 oameni care se aflau la sol, a constituit unul dintre cele mai importante subiecte jurnalistice ale anilor ’80. Cody a făcut o treabă excelentă pentru că a avut dorinţa de a câştiga. E drept că a avut în spate un ziar dispus să plătească 6.000 de dolari pentru o cursă aeriană, dar, în cele mai multe cazuri, dorinţa reporterului de a pune mâna pe subiect nu este atât de costisitoare şi întotdeauna e însoţită de răsplată.

Simţul urgenţei

Ziarele vor ca reporterii să le furnizeze cât mai repede o relatare cât mai completă a unui eveniment. Concurenţa sănătoasă sau chiar nesănătoasă din dorinţa de a fi primul este întotdeauna unul dintre elementele care dau sarea şi piperul meseriei. Şi serveşte iiiterc Ncle cititorilor, attin vreme cât nu se folosesc prea multe scurtături.

Vhii n în tul’util agenţiei rivale, de exemplu, a fost principala motivaţie

Îi loiografilor de la Associated Press (AP) şi United Press International îl MM), din momentul în care aceştia au primit sarcina de a-l fotografia pa Dalai Lama la plecarea din Tibet, în 1959. Ambii fotografi au Im lui Im câte un avion şi au organizat cursc-ştafetă de motociclete pentru H puţini să trimită pozele de la graniţa chineză la cel mai apropiat liiuimnli Mor din India. Când Dalai Lama a ieşit din avion, fotografii I lui i e pe/. Îi în Tată, au făcut pozele şi au alergat la avioanele

care îi atât Hiui gaia realimentate. După o cursă umăr la umăr în aer şi pe jilţiiilni, UP1 a câştigat.

(orosX) iKlentul de la AP era devastat. S-a întors în camera sa de îmi l iji M-a aşezat ruşinat pe pat, făcându-şi o mulţime de reproşuri pentru llllâlltgerca suferită. La scurtă vreme însă a primit o telegramă de la Minuţie; „Dalai Lamă al opoziţiei are părul lung şi dezordonat. Al tău 11! ÎÂN Cllll aşa?”. Fotograful de la AP a trimis următoarea telegramă la i Ai puiis: „Pentru că Dalai al meu este adevăratul Dalai Lama”. În llluptu ni ea sa de a fi primul, omul de la UPI îl fotografiase pe translator.

Italicii a fi acceptabilă, rivalitatea are totuşi limitele ei, care au fost OII l! Uinulă atinse – şi depăşite cu mult – de fostul reporter de la New) hlk Mmî, Stove Dunleavy, pe vremea când, tânăr fiind, lucra la un ziar iilliii în competiţie cu jurnalul tatălui său. Amândoi au fost trimişi să hUI li1 de Npre acelaşi subiect, iar el a ţinut atât de mult să ajungă primul

III Iuţi» locului, încât a scos din circulaţie maşina tatălui său, tăindu-i

DRUM luetirilo, Individualitatea

Miilh guverne de pe lot globul aplică sisteme din ce în ce mai sofisticate llM niaiingement al informatici şi exercită un control tot mai sporit imupi n lui urma (iilor pe care le distribuie şi asupra celor pe care le obţin, III i Mir le regiuni, accesul la aceste canale de informare implică o afiliere îi ropoilorilor la un gen de „club” neoficial, ceea ce presupune respectai Uli uniunilor reguli

privitoare la aşa-numitul comportament „respon MilltH”. Dar şi excluderea de la privilegiul de a avea acces la informaţiile illihile. În cazul celor care încalcă regulile.

Această practică este nesănătoasă, deoarece reporterii au uneori obiceiul de a colabora între ei, făcând schimb de declaraţii şi numere de telefon. Dar reporterii buni trebuie să fie întotdeauna pregătiţi să sien pe propriile picioare atunci când este necesar, să meargă acolo unde nimeni altcineva nu a mers şi – când acest lucru nu dă rezultate – să-şi asume riscurile. Ei sunt gata să respingă trataţiile predi gerate oferite cu linguriţa oficială, pentru că ştiu că vor găsi ceva mult mai gustos dacii vor face săpături pe cont propriu.

Caracterul

Aproape orice om inteligent poate, dacă este foarte hotărât, să devină un reporter competent. Dar, pentru a vă ridica deasupra acestui nivel, pentru a fi bun sau foarte bun, trebuie să aveţi cu adevărat talent şi fler fie pentru documentare, fie la scris, fie pentru ambele. Şi mai trebuie să aveţi caracterul potrivit pentru că, dacă este vreun lucru care diferenţiază reporterii extraordinari de cei obişnuiţi, acesta este caracterul.

Datorez aproape tot ce ştiu despre personalitatea unui adevărat reporter unui singur om. Era cu zece ani mai în vârstă decât mine şi nu l-am cunoscut decât cu câţiva ani înainte să moară de leucemie, la vârstn de 32 de ani, însă era mai aproape de perfecţiune decât orice reporter pe care l-am cunoscut sau îl voi cunoaşte vreodată.

Era şeful reporterilor în ziarul londonez The Observer, iar numele lui era John Merritt. Acest tânăr subţire, cu faţa ascuţită, avea toate virtuţile şi majoritatea viciilor de care are nevoie un mare reporter. Primul lucru care m-a şocat la John, chiar înainte de a-mi da seama cât de valoros era în meseria sa, a fost că oamenii îl plăceau. Avea o figură deschisă şi putea fi foarte amuzant, dar motivul pentru care oamenii îl tratau cu căldură era faptul că arăta interes pentru ei, iar aceasta datorită naturii sale deschise. Asia nu înseamnă că făcea înconjurul lumii cu un zfmhel fals întipării pe faţă, mimând prietenia şi salutând oamenii ca un prezentator de concurs televizat. Dar capacitatea sa de a stabili relaţii eu Indivizi absolut necunoscuţi îi era adesea de mare ajutor. Cu oamenii diltir-o bucată (cum erau colegii săi jurnalişti) putea bea, liuua ţfl ţi\ura, iar eu ppini opll putea discuta pe tenie teologice la un ceai. Indiferent ce Hliultnt despre ei, avea capacitatea de a se purta natural cu oamenii şi de H I Huo Nit se simţit relaxaţi în prezenţa lui.

Auoii Nin purtare plăcută masca, până în momentul în care dorea să o mihi «1, o caracteristică tipică tuturor reporterilor de clasă – hotărârea. Imlii trebuia, în acelaşi timp, să găsească subiecte pe măsură şi să lupte VII Iunie obstacolele, întârzierile şi impreciziile care îl despărţeau de Miihnliil Unit. Hotărârea lui se arăta mai ales atunci când o anumită lilh Minaţii: se dovedea greu de obţinut. În acest caz era pregătit să stea) t hliou ore în şir, dând telefoane,

căutând şi în cele mai puţin probabile lui ui i, pinii când obţinea ceea ce dorea.

Îl îi 1 llcii foarte mult faptul că această hotărâre era combinată cu o altă hilllnle îi marilor reporteri – tupeul. Avea îndrăzneala de a suna o înaltă Dflulalllalo acasă, de a cere o copie a unui raport sau o anumită favoare de li! Un om cu care nu se cunoştea câtuşi de puţin. Niciodată nu auzeai ilm în el patetica justificare a unor reporteri: „Nu merită să-l întreb pe X dwpro acest lucru pentru că nici măcar nu o să vrea să vorbească cu iiih1 „toi alegea cu atenţie momentul abordării, dar niciodată nu renunţa IR Mine, „în cel mai rău caz, mă trimite naibii”, obişnuia să spună în fillip eu ridica receptorul pentru a încerca un ultim telefon – şi adesea 01101 apoi avea rezultat. John nu se temea niciodată să întrebe.

p altfel, nu se prea temea de ceva, cu atât mai puţin de ameninţări, Hllinuă ui ca, oficialităţi sau guverne. Şi nu din cauză că era arogant (cu Imite OA uneori putea să manifeste destulă aroganţă), ci datorită pasiunii f/ţiuitului (Trepttifii cu care se apuca de lucru. John nu era un sfânt (da că, Im» vu Intra tu polemică cu el în redacţie, devenea imediat victima llmhil Nhle ascuţite), dar avea o profundă compasiune pentru victimele idulointil şi ale administraţiei. Considera că era de datoria lui să ofere I) von» acelora care nu aveau posibilitatea de a se face auziţi.

IS iiiu el, imparţialitatea nu însemna indiferenţă; nu însemna să iUI (I pn. E de

nedreptăţile societăţii. Credea că revolta şi simţul dreptăţii Mmlmilc NM I Inspire în mod constant pe jurnalişti, să-i ajute în evaluarea Mihin leloi ce urinau a fi abordate şi să dea substanţă anchetelor. John pillMH Mei le şi articole uşurele, dar se distingea mai ales prin articolele Impie victimele torturii în lumea întreagă, despre cei larii adăpost şi modul în care aceştia sunt exploataţi de proprietarii avari, precum şi despre condiţiile precare în care sunt nevoi (i să trăiască handicapaţii mental în ţări precum Grecia. Dar se comporta întotdeauna cu proie sionalism – nu uita niciodată diferenţa dintre un articol de informare şi o predică.

Uneori dădea dovadă de un entuziasm copleşitor. E uşor să te înfierbânţi, ca reporter, pe marginea unui subiect tare, dar testul calităţii este să ai dorinţa de a scoate ce e mai bun dintr-un subiect care nu sună prea promiţător. John avea acest entuziasm, era întotdeauna pregătit să vină devreme şi să stea până târziu dacă era necesar. Şi nu numai în redacţie. Reporterii care ajung în ultimul moment la întâlniri sau conferinţe de presă sau la orice altă însărcinare, apoi pleacă cu prima ocazie, au poate impresia că aşa se comportă reporterii maturi, dar nu e aşa. Reporterii buni prind adesea subiecte venind mai devreme la întâlniri sau stând până târziu şi discutând cu oficialităţile.

Apoi mai era curiozitatea lui neostoită. Punea mereu întrebări, Pe John Merritt îl interesa totul şi orice. Voia să afle de ce lucrurile sunt aşa cum

sunt, ce sunt, cum funcţionează sau de ce nu funcţionează. Oriunde mergea, nu pregeta să pună întrebări. Probabil că ar fi putut descoperi un subiect şi în mijlocul unui câmp pustiu.

Un reporter extraordinar

Dacă este să alegem un act jurnalistic care, prin calitatea şi impactul său, să reprezinte excelenţa în această profesie, nu putem să nu ne întoarcem cu un secol şi un sfert în urmă, într-o Europă Centrală răvăşită de naţionalism şi violenţă organizată. Orice asemănare cu evenimente care au loc în prezent în această parte a lumii nu este, aproape cu siguranţă, întâmplătoare din punctul de vedere al istoriei. Totul a început cu acuzaţii privind violenţa, o minciună simultană a mai multor guverne, cenzură şi un imperiu muribund. Evenimentele au atras în scenă Tlircia, Rusia, Marca lit iianie şi Bulgaria, care abia se năştea; au continuat cu acte de eroism şi cu un război şi s-au Inclihal cu nimic mai puţin decât cu eroarea cttorva naţiuni, în emirul unul proces de imlowonare îi hărţii Europei. Iar cel ce a dal un sens acestor fragmente llluparale de Istorie se numeşte Januarius Aloysius MacGahan, fost UniPPipondent irlandezo-american la Sankt Petersburg.

(Idar şi pentru standardele acelei epoci primejdioase, MacGahan era (III i’ Ntililtor de senzaţii tari de primă mână. Într-o eră în care cei ce filui aii călătorii internaţionale aveau la îndemână, drept cele mai rapide milloace de transport, calul şi vaporul cu aburi, MacGahan a

transmis, Îmi o perioadă furtunoasă de cinci ani, reportaje din Comuna din Paris li îi ido a fost şi încarcerat), tribunalul din Sankt Petersburg, Asia IViiiln, Cuba, Arctică, Caucaz şi Pirinei. Faimos pentru impar-ţlHII laiea şi spiritul său de observaţie, MacGahan era, totodată, un îMi-iniit care nu refuza niciodată provocările. În 1875, a navigat prin RU>l (t îngheţate ale Arcticii într-o ambarcaţiune de lemn, după ce, doi Hill mai devreme, sfidase un embargo instituit de Rusia împotriva repor-ItHIInr, realizând o călătorie remarcabilă prin stepele Asiei Centrale.

Mpul său era să ajungă din urmă o expediţie militară rusească ce se lllillt pla spre Turkestan. Cazacii, hotărâţi să îl lichideze, l-au urmărit fipiimpr I MX) km, dar după 29 de zile, însoţit de doi asistenţi, nevoit IIIHMMI nH meargă prin nisip până la genunchi, după ce s-a rătăcit de diluvii ori, a reuşit să ajungă în tabără. Imensa lui credibilitate şi h puiii de bărbat curajos au crescut şi mai mult.

LII vara lui 1876, reporterul în vârstă de 32 de ani se afla la Londra, linpii Minn cu soţia sa de origine rusă, Barbara, şi cu fiul său. Avea în plan MA (fi scrie cea de-a treia carte şi să se odihnească. Dar relaxarea a ÎHM de NCiirlă durată. Daily News, un important ziar liberal londonez, I H (jonlaelal, cerându-i să plece într-o misiune urgentă.

Npws avea probleme. Cu câteva zile în urmă, pe 23 iunie, publicase Uli în Hm îl transmis de corespondentul din Constantinopol, Sir Edwin iviu

n, Uti avea la bază zvonuri privind atrocităţile comise de forţele IIIUL! Împotriva populaţiei creştine din sudul Bulgariei. Ministerul Im Munir al Afacerilor Externe era de-a dreptul furios. La fel şi primul-iiiliihiii llenjnnun Disraeli, care simpatiza cu Turcia. Numind NrilIN ilolu din Nem „KVOIK în de cafenea”, acesta a negat categoric Îiil Miiimţilir şi a acuzat în nuni public ziarul de incorectitudine şi de – (iiikmmi Miiuidard a politicienilor „iresponsabilitate”, IXircii, care impuseseră o cenzurii loială privind respectivele evenimente, au nejial întreaga poveste.

Depindea, acum, numai de News să-şi dovedească afirmaţiile sau Nit cedeze cu umilinţă. Aşa că ziarul a apelat la MacGahan, trimiţi KIU I Iu Bulgaria pentru a încerca să descopere adevărul. La începutul lui iulie, reporterul era deja pe drum; la mijlocul lunii ajunsese la destinaţie! Investigând şi intervievând sute de supravieţuitori. Ceea ce a descoperit era dincolo de orice imaginaţie: măcelărirea sălbatică şi fără dis criminare a aproximativ 12.000 de bulgari – bărbaţi, femei şi copii.

În prima corespondenţă, publicată de News pe 28 iulie, MacGahan nota: „Atunci când am ajuns aici eram hotărât să fiu cinstit şi imparţial, Mi-e teamă că nu mai sunt imparţial, iar calmul mi l-am pierdut eu siguranţă... Cel mai mişcător reportaj al său relata despre şalul Balak. În ciuda propriilor remarci asupra imparţialităţii sale, reportajul este un exemplu care arată cum relatarea cu discernământ a faptelor, şi nu a

stărilor emoţionale este cea mai eficientă abordare jurnalistică:

Pantele erau acoperite cu mici culturi de grâu şi orz cu boabe coapte, aurii. Dar, deşi venise vremea culesului, iar pentru unele culturi chiar trecuse... nu era picior de culegător care să încerce să salveze recolta. Câmpiile erau la fel de puştii ca şi micuţa vale, iar recolta putrezea pe sol.

...în sfârşit, am zărit un mic platou pe coama dealului... Ne-am îndreptat caii spre el, cu intenţia de a-l traversa, dar dintr-odatit atu tras cu toţii de hăţuri cu exclamaţii de oroare, căci exact în faţa noastră, aproape sub copitele cailor, se desfăşura o privelişte ce ne a înfiorat. Erau o mulţime de cranii amestecate cu oase umane, schelele aproape întregi, haine putrezite, păr de om şi carne în descompunere zăcând într-o grămadă îngrozitoare, în jurul căreia creştea o vegetaţie luxuriantă.

...în mijlocul acestei grămezi am putut distinge un schelet mie, Îitefl învelit într-o rochiţă, cu craniul acoperii de o năframă colorată şi eu gleznele în ciorapi brodaţi, fără talpă, pe care îi x>artă fetele în Bulgaria.

...Pe cealaltă parte a drumului erau scheletele a doi copii, /aeuul unul lângă altul, acoperite parţial de pietre şi eu micuţele cranii lui,/iliile de in ic! Nil înfricoşătoare de iatagan... Pe măsură ce ne apropiam de centrul oraşului, oasele, scheletele şi craniile se înmulţeau. Nu exista nicio casil sub ruinele căreia să nu observăm tnintt (fi (o

omeneşti, iar strada era plină de ele… Biserica, nu foarte itmio, ora înconjurată de un gard jos de piatră, care închidea o WirllclcH lată de vreo 15 metri şi lungă de 23. La început nu am un Norvul nimic neobişnuit, dar după ce am inspectat locul am descoperit ca ceea ce părea a fi o masă de pietre şi gunoaie era în realitate t» Imensă grămadă de corpuri umane acoperite cu pietre.

NI s-a spus că trei mii de oameni zăceau numai în această micuţă Cili io de biserică… Din masa putrezindă de corpuri se vedeau uftpţfnare acoperite de păr creţ, zdrobite de pietre grele; picioruşe cât dottotul, de pe care carnea fusese jupuită de arşiţă înainte de a avea timp să se descompună; minute de copilaşi întinse, parcă cerând auiui; nou-născu (i care muriseră cu ochii la strălucirea iataganelor l la mâinile însângerate ale bărbaţilor cu privirea dură care le iiitimlau; copii care muriseră cutremuraţi de spaimă şi teroare; ţinute care muriseră plângând şi suspinând şi cerşind milă; mame cum muriseră înecrcând să facă scut pentru copiii lor cu propriile impuri fără putere, toţi zăceau acolo împreună, putrezind într-o unirii grămadă îngrozitoare.

Kinn meu şi acum. Fără lacrimi sau strigăte, fără hohote de plâns, fără licunu de teroare, fără implorări de milă. Recoltele putrezesc pe ulmp, tur culegătorii putrezesc aici, în curtea bisericii.

Itopnilajolc lui MacGahan (retipărite în lumea întreagă şi reunite, mul III/lti, tulr-o carte tradusă

în multe limbi) au declanşat instantaneu U Miniilie la lăut de proporţii imense. Confruntat cu indignarea exprimată în IIIHUMT liiircugit tu urma reportajelor, guvernul britanic a fost forţat să fii UIMIIN lucfl adevărul acestora; s-au făcut presiuni pentru o intervenţie lllllllllin, Iar în primăvara lui 1877 Rusia a declanşat război împotriva

IWulol

HI) de corespondenţi s-au deplasat pentru a relata desfăşurarea eve-liliurnieloi din tabăra rusă, dar, date fiind rigorile campaniei, până la ulllţilul mestela doar patru dintre reporterii care ajunseseră la început în mul nlliui pe ei iupul de luptă. MacGahan se număra, desigur, printre ei. Plecase la rit/bol cu un picior în j' Jiips, în urma unei est/ături. A ignorat rana, ca şi alte două accidente care l-au afectat serios piciorul, şi a continuat să relateze, urmărind lupta de pe un afet de tun. După şase luni şi două tratate, se născuseră Bulgaria, Serbia, Muntenegru şi România, în timp ce Rusia îşi lărgise graniţele, iar Marea Britanie căpătase Ciprul.

Însă MacGahan nu mai era în viaţă pentru a scrie despre toate acestea. La câteva săptămâni după sfârşitul războiului, s-a deplasat la Constantinopol pentru a-şi îngriji prietenul, Francis Greene, care suferea de febră tifoidă. Greene a supravieţuit, dar MacGahan s-a molipsii de febră şi a murit pe 9 iunie, la vârsta de 34 de ani. Bulgarii, care deja îl botezaseră „Eliberatorul", l-au îngropat la Pera; s-au făcut

slujbe de pomenire la Sankt Petersburg, iar la Londra, la Paris şi în America s-a ţinut doliu. La Sofia i-a fost ridicată o statuie, iar multă vreme moartea sa a fost comemorată anual, printr-un recviem la Tîrnovo.

La cinci ani după moartea lui MacGahan, corpul său a fost adus de o navă de război americană la New York, fiind primit cu toate onorurile la Primărie, apoi a fost dus şi îngropat definitiv la New Lexington, Ohio. Acesta a fost anul în care soţia sa, care fusese corespondentul în Rusia al ziarului New York Herald, a traversat oceanul alături de osemintele soţului său şi a devenit corespondentul pentru America al ziarului moscovit Russkaia Viedmosti. Tot în acel an, o anchetă oficială a confirmat, după o investigaţie obiectivă şi fără patimi, tot ceea ce MacGahan scrisese despre câmpiile presărate cu morţi din Bulgaria. Jurnalismul universal nu este deloc o noutate.

Ori de câte ori găsiţi sute şi mii de oameni sănătoşi la minte care încearcă să iasă de undeva, în timp ce câţiva nebuni încearcă să intre, este sigur că aceştia din urmă sunt reporteri.

H.R. Knickerbocker

Capitolul 2

Limitele jurnalismului

Ziarele sunt controlate de persoane şi corporaţii, dar libertatea presei aparţine poporului.

Anonim

L’lecare cotidian ar trebui să publice zilnic o

precizare de genul:

Acest ziar, cu sutele de mii de cuvinte pe care le conţine, a fost produs în circa 15 ore de un grup de oameni supuşi greşelii, care lucrează în birouri aglomerate şi încearcă să afle ce se întâmpla în lume de la persoane ce uneori ezită să le furnizeze informaţii, iar îi licori îi obstrucţionează pur şi simplu.

Lixislă limite în procesul jurnalistic. Timpul scurt şi lipsa frecventă a iirt Tsihilităţii informaţiilor sunt două limite endemice în această profesie. 1, 11 Ici sunt şi erorile pe care le fac jurnaliştii, atunci când lucrează sub

I îi cili inc. Există, de asemenea, limite ale jurnalismului de calitate.

Îl culc chiar de jurnalişti şi de cei care controlează sau deţin publicaţiile. Unul dintre cele mai mari mituri ale jurnalismului îl constituie ideea că Winliiren evenimentelor este dictată de stilul ziarului şi de ceea ce numim „valoarea de informare”. Ar fi bine dacă totul ar fi atât de Mlliiplu. De fapt, calitatea şi natura jurnalismului practicat de un ziar Niiu nitul silit influenţate şi de priorităţile proprietarilor ziarului, de i ultimi jurnalistică predominantă şi de ceea ce se consideră a 11 valorile cititorilor. Aceste valori se nlltl adesea în condici.

Rezultatul, tu termenii relatării şi analizei activităţii funcţionarilor, s-a dovedit dezastruos. De exemplu, în cazul relatării activităţii auto*rităţilor locale, practica anterioară, couslând în repartizarea elle unul reporter pentru a

monitoriza fiecare domeniu (educaţie, divertisment, protecţia mediului, servicii sociale etc.), a fost abandonată în prezent pu scară largă. Dacă se ia în considerare şi dezvoltarea departamentelor de relaţii cu publicul în cadrul consiliilor locale, a autorităţilor sanitare etc., se obţine reţeta unei reflectări mediatice care este în cel mai bun caz arbitrară şi în cel mai rău caz prost informată. Aceste reduceri de personal şi necesitatea ca un reporter să producă mai multe articole decât în anii anteriori („rezultatele" reporterilor fiind adesea évaluait» conform unor scheme formale nepuse la punct) au avut drept consecinţă faptul că mulţi reporteri care acum îşi petrec ziua lipiţi de telefon nu s-ar putea identifica cu experienţele predecesorilor lor din generaţia anterioară, aflaţi zilnic pe teren, întâlnindu-se cu persoane de contact (şi cu cititori), în căutare de subiecte. Dacă această afirmaţie parc nostalgică, aruncaţi o privire înjur, în redacţie, imaginaţi-vă că aveţi de două ori mai mulţi colegi şi gândiţi-vă cum v-ar influenţa acest lucru eficacila tea dumneavoastră (şi viaţa profesională). În ultimii 20 de ani, prioritătile proprietarilor au impus probabil mai multe limite modului în care HO practică jurnalismul, în comparaţie cu orice alţi factori.

Cultura jurnalistică

Această cultură stabileşte ceea ce redactorii şi şefii lor consideră a fi un articol bun sau ceea ce resping ca fiind „plictisitor"; ea hotărăşte care subiecte sunt interesante şi care nu. De asemenea,

cultura jurnalistică dictează atitudinea morală a unui ziar şi prin aceasta are o influenţă mal mare decât orice canoane teoretice asupra principiilor deontologice dupb care se ghidează angajaţii unei publicaţii.

În această cultură, una dintre cele mai apreciate calităţi este aşa-numitul „instinct gazetăresc”. Prin „instinct” se înţelege fi o capacitatea naturală de a descoperi înţeles şi sens acolo unde alţii nu vfitl nimic, fie, în forma sa degenerată, arta de a transforma banalul în uxlraordiuar. Această

IIIM Htoric jurnalistică de efect este de regulă realizată prin eludarea

Îl h în h în 11111. Aşa cum a Meut, la începutul anilor ’80, editorul ziarului A/fir Ilnk Daily l\>stz care, pentru a umple prima pagină a publicaţiei Îmi o/ltu care nu se întâmpla nimic spectaculos, le-a cerut reporterilor Mi Mili ai}»! Detalii despre toate delictele, grave sau nu, comise în oraş şi Hîml loa i iupat într-un singur articol plin de tensiune, sub titlul: „Vlnli Miţii pe străzile oraşului nostru”.

O MM ful de ingenuitate înşelătoare poate fi întotdeauna recunoscută

III toiul în care o serie de piese, corecte fiecare în parte, produc împreună Uli liiln ai total incorect. Iar astfel de procedee nu se găsesc doar în llHFulu populare, care le-au inventat. Ele sunt, oriunde, o marcă a illltfili liţel şi ingeniozităţii. Dexteritatea în manipularea faptelor, ca şi wltM huea, Judicioasă în esenţă, a informaţiei,

prezentată apoi în afara iniţiatului real, sunt adesea la loc de cinste, deşi într-o formă mai MIII dă, Iu toate zonele jurnalismului. Este adevărat că, în mod inevitabil, HI În» lealitate, care prin chiar natura sa este dezordonată şi complicată, H»! mai Mlmplilicată sau cel puţin ordonată atunci când este relatată în Hivinle tuşă, de multe ori, jurnalismul omite cu bună ştiinţă contextul f Hinpllllcă excesiv acest efect pentru a prezenta realitatea într-un Ulmi inul spectaculos. După o vreme, acest proces nu mai este conştien-llMI.

T nil ui a ziarelor populare apreciază de asemenea „touf-urile gran-llll IMW” şi naraţiunea facilă. Pentru aceste lucruri e nevoie, desigur, de (HVII inloill, dur, de asemenea, în mult mai mare măsură, de extrapolarea mhllor şi a înţelesurilor cuvintelor pentru a realiza o construcţie llfflüllvfl pentru cititor. Cât despre trucurile ingenioase la care ne-am Mil îl nud sus, secretul constă în aceea că fiecare componentă poate fi llâlhlll fel Justificată. Articolul finit reprezintă, cu toate acestea, o Ht Im la un Nici în cazul ziarelor mai serioase, „de calitate”, procesul de fthlll Ulart) şi editare a articolelor nu este străin de această corupţie. Ea aalU» lu’ de la redactorii coordonatori, care pretind să „lucreze puţin uliiului pe propriile maşini de scris” pentru a-l „cizela9. Adesea, fhiholrir au de câştigat de pe urma intervenţiei acestor şefi, dar de Dllllla oi I se ajunge la ceea ce jurnaliştii îndeobşte numesc un articol h Mai 11 ni”: cu alte cuvinte, i se conferă o strălucire sintetică, exagerând la maximum

implicaţiile faptelor şi produelnd astfel o Imagine de ansamblu incorecţii. Într-adevăr, tu cazul multor publicaţii. Întregul proces de redactare şi editare. În cadrul căruia articolele trec din mlufl în mină, e ca un telefon fără fir, rezultatul fiind că relatarea se ludee părtează din ce în ce mai mult de adevăr.

Ceea ce se întâmpla astăzi în procesul de editare probabil că inline n-o va produce chiar din faza redactării de către reporter. În competiţia de a-şi vedea subiectele publicate, reporterii anticipează aşteptările şefilor lor, fiind pregătiţi (sau simţindu-se obligaţi) să adopte practici neconforme cu propriile valori. Această schizofrenie profesională es (o dea dreptul cronică acolo unde cultura dominantă favorizează articolele în care predomină albul şi negrul, şi nu grâul şi nuanţele ambigue alo realităţii.

Până la un punct, toate genurile jurnalistice favorizează asemenea articole. Un articol în care A îl înşală pe B cu documente dovedii false, apoi foloseşte bunurile dobândite în mod incorect pentru a se muta în Caraibe este, evident, mai interesant pentru noi toţi decât unul în care A şi B au o dispută în urma unei tranzacţii, ambii pretinzând că au fost înşelaţi, iar excursia spre zări mai calde se dovedeşte a fi o călătorie de afaceri pentru reglarea unor chestiuni financiare. Pentru orice ziar» ttl orice limbă ar fi scris, prima versiune ar fi preferată celei de-a doua, Este mai neobişnuită, dar are neîndoios o valoare jurnalistică mai mare. Problema este că asemenea

preferinţe devin – iar acest lucru poate 11 înţeles – practici încetăţenite în cultura jurnalistică. Ştiind că subiectele simple, în alb şi negru, sunt cele mai apreciate de editori, reporterii şi şefii caută asemenea articole, excluzând subiecte mai subtile, potenţial interesante. Mai rău este că această viziune asupra a ceea ce constituie un „subiect tare” poate afecta munca de documentare şi redactarea, văduvind astfel articolul de echilibrul necesar. „Nu verifica faptele prea scrupulos” este sfatul cinic, dat cu un zâmbet răutăcios, de prea mul (l redactori de ştiri.

De aici şi până la considerarea informatici scrise ea pe un material produs după o anume re (ctă sau formulă prestabilită, distanţa nu este foarte mare. În special în cazul ziarelor populare, editorii vor dori să publice articole de un anumit tip Ile „uşurele”, Ile Nouzn (ionalo, ilmiiilii, Jjel îl vor nu/. I de un anumit subiect tnir-o la/îl incipientă, vor lipoldo cu fel de titlu va avea articolul şi în ce fel va fi tratat şi apoi fie Vii Ho reporterii vor organiza laptele sau le vor prezenta astfel încât innh i litlul să se înscrie în formula prestabilită. Aceasta este ceea ce se ghemuit. Jurnalism de titlu”. El prezintă cititorilor o lume în care MIIM ordinartă este omniprezent. În care totul este sigur şi simplu, yuiuci nan greşit, negru sau alb şi în care nu există decât stereotipuri.

Acestea sunt limitele procesului jurnalistic, văzute în manifestarea Im OMlremă. Multe ziare nu merg atât de departe, dar cele care proce-lltM/n-aş Ici, ea şi acei jurnalişti ce au preluat

unele dintre aceste Htu IUI au un răspuns standard la orice obiecţie: cititorii. Niciun alt Ofli) de persoane nu este mai des invocat pentru a apăra ceea ce, lllininterl, nu poate fi apărat; după cum vocabularul şi inteligenţa llliufinul altcuiva nu sunt atât de subestimate. E timpul să-mi scriu cele (M) tio cuvinte pentru indivizii care silabisesc cu voce tare când citesc”, lllllfimiii să spună un reporter al unui ziar britanic de scandal.

Morilti cititorilor

Hi în h li Nint cei în numele cărora se selectează subiectele şi articolele, numele lor este stabilit modul în care acestea sunt tratate, în numele lor uliii scrise şi rescrise lead-ux Wc şi tot în numele lor sunt realizate în m/im Hai că grafică şi designul. Totuşi, dintre toate elementele con-llllilurile ale jurnalismului – cei ce furnizează informaţia potenţială (ftUINUlo), cei ce o procesează (reporterii, redactorii şi cei care deţin sau I mmnolfa/A presa) şi cei ce consumă această informaţie (cititorii) –, cei llll Uimil sâni singurii care nu iau parte la crearea materialului jur-lIHIIMlc. (huiturile lor trebuie anticipate.

linele care apar pe pieţe consolidate, avansate, fac acest lucru într-o llllll (liue de feluri. Publicaţiile şi jurnaliştii au ajuns de-a lungul anilor, llMtlM.U. de pe reacţiile la articole, pe scrisorile şi telefoanele din partea §— «II Hm, pe plângerile primile şi pe alţi factori, la o „cunoaştere” Hllipllllud li ceea ce vrea publicul. Sau, mai degrabă, a ceea ce se crede HÜ VIou publicul. Acest folclor intern poate sau nu aduce

succesul şi poate exprima sau nu realitatea. În cazul tu ei iro tunurile nu sâui verificate printr-o cercetare serioasă, nimeni nu va şll niciodată dacă este valabil.

Or, adesea, ele nu sunt verificate. Se cere doar părerea jurnaliştilor, a editorilor şi a patronilor, rezultatul fiind o idee foarte subiectivă despre ceea ce vor cititorii sau despre ceea ce se crede că ar trebui ei să vrea. De nenumărate ori, în şedinţele de redacţie se pronunţă fraza: „Cititorul vrea...”. Mult prea des, această judecată se bazează pe propriile preferinţe şi gusturi ale vorbitorului sau pe acelea ale prietenilor săi; mai rău, pe cele ale persoanelor pe care vrea să le impresioneze.

Dincolo de natură în general neştiinţifică a acestor aserţiuni, este deosebit de periculos faptul că foarte adesea jurnaliştii trăiesc în cercuri închise, iar stilul de viaţă, obişnuinţele şi gusturile lor sunt foarte diferite de cele ale cititorilor. Dacă sunt jurnalişti „serioşi”, probabil că au dese contacte cu figuri publice şi oficialităţi şi astfel îşi asumă unele dintre valorile lor, în multe ţări dezvoltate, ca urmare a salariilor relativ mari care se câştiga la multe ziare, jurnaliştii respiră un alt aer, mănâncă altfel şi duc o viaţă total diferită de cea a cititorilor lor. Este nevoie de mai multă imaginaţie decât au majoritatea jurnaliştilor pentru a realiza că restaurantele pe care le frecventează, hainele pe care le îmbracă şi vacanţele pe care le petrec nu sunt plăceri la îndemâna publicului lor. Iar în cazul în care chiar

îşi folosesc imaginaţia, există riscul de a produce o pastişă condescendentă a gusturilor cititorilor.

O soluţie a acestei probleme o constituie sondajele, cu condiţia să fie realizate într-un mod ştiinţific. Unele publicaţii alocă pe bună dreptate multe resurse pentru a afla cât mai multe despre cititori: categoriile de vârstă, procentul de bărbaţi şi femei, veniturile, ocupaţiile, educaţia, interesele, grijile, gusturile, cum îşi petrec timpul liber, cum îşi cheltuie banii. Aceste publicaţii apelează la companii specializate pentru a afla aceste lucruri în amănunt şi pentru a şti astfel, spre exemplu, câţi dintre cititorii lor între 35 şi 50 de ani îşi petrec vacanţa în l; ranţa sau câţi dintre cei cuprinşi între 25 şi 35 de ani au telefon mobil, Singura problemă este că, în general, aceste informaţii servesc depuilitmeniiilui de promovare, fără să ajungă şi la jurnalişti.

Cdedările iniţiale, de relin, de departamentul editorial al puhlica (ici nu tu vedere atitudinile cititorilor faţă de/iar, precum şi faţă de problemele şi subiectele pe care le abordează. Ele pot 11 simple sondaje realizate printr-un chestionar tipărit în ziar, grupuri de discuţii cu cititori Noleetaţi după metode mai ştiinţifice sau sondaje efectuate de institute upecializate care, prin chestionare structurate, află ce citesc şi ce nu diese cititorii (pretinzând, probabil, că citesc). Sondajele pot fi însă Instrumente cu două tăişuri. Ele trebuie să conţină întrebări foarte Npccifice asupra unor puncte detaliate din conţinutul ziarului. Nu e bine Hl\i întrebaţi pe oameni dacă

doresc mai multe ştiri – sigur că doresc, dar ce fel de ştiri? Şi care sunt rubricile pe care nu le mai doresc cititorii, pentru a face loc ştirilor? apoi există problema că unii restioudenti le spun cercetătorilor ce cred ei că aceştia doresc să audă sau, mai rău, declară că au preferinţe conforme cu ceea ce doresc să se livadă despre ei, decât să le împărtăşească pe cele reale.

Imediat după 1945, publicaţia britanică News of the World era ziarul ivi mai vândut din lume. În fiecare duminică, aproximativ şapte milioane de exemplare erau trimise către cititori care înghiţeau pe nerăsuflate i alia de crime şi povestiri pe teme sexuale, în special acelea în care erau Implicaţi preoţi şi băieţi de cor, profesori şi elevi, prostituate şi oameni llu afaceri. În conţinutul revistei erau amestecate şi câteva subiecte „irspeetabile” Editorul publicaţiei a intuit că gusturile şi moravurile se ichimhau, aşa că a comandat un sondaj pentru a testa gusturile publicului ţintă. Au fost angajaţi bărbaţi care să viziteze casele cititorilor pentru a 1 chestiona în legătură cu lucrurile care le plăceau şi cele care nu le plăceau în conţinutul ziarului. Pentru că aceste interviuri se realizau în timpul zilei, majoritatea celor ce deschideau uşa operatorilor erau femei. Italc de înţeles că niciuna dintre acestea nu era dispusă să răspundă Miluiţilor care le intervievau: „Da, îmi plac violurile şi indecenţa, iar în Hui meu se dă în vânt după articolele despre preoţi şi băieţei”. În loc de aceasta, respondenţii îi asigurau pe operatori că singurul motiv peni în

care cumpărau ziarul erau articolele respectabile. Editorul a citit rezultatele şi a renunţat imediat la toate articolele legate de sex. După doar două săptămâni, tirajul scăzuse la 500.000 de exemplare. În a treia NAilAiuână, ziarul avea un nou editor – publicaţia a revenit la conţinutul său suculent tradiţionali iar tirajul a ajuns, în final, să alintă 8, 5 milioane de exemplare.

Cert este că cititorii au o tendinţă deconcertanţii tic a spune că le place un lucru, în timp ce de fapt preferă altceva, şi de a condamna public unele tipuri de jurnalism, pe care de altminteri le consumă cu aviditate în intimitate. Poate de aceea unii cercetători folosesc astăzi oglinzi duble pentru a observa modul în care oamenii citesc un ziar sau discută între ei, neinhibaţi, despre conţinutul acestuia. Există chiar şi dispozitive-vizor speciale care se instalează pe capul subiecţilor, le monitorizează mişcările ochilor şi furnizează, astfel, date precise despre ceea ce citesc aceştia, despre subiectele peste care trec rapid sau pe care le ignoră. În cazul în care tehnologia sau banii pentru achiziţionarea ei lipsesc, există şi opţiuni mai convenţionale. Oare câţi jurnalişti s-au oprit vreodată pentru a observa modul în care cumpărătorii selectează publicaţiile pe care le achiziţionează la standurile de presă? Citi jurnalişti au studiat cititorii în baruri sau în metrou, pentru a-i observa cum citesc ziarele? Acestea sunt atribute ale curiozităţii de nesatisfăcut pe care trebuie să o aibă jurnaliştii

faţă de cititorii lor. Ziariştii ar trebui să vorbească cu cititorii de fiecare dată când au ocazia, să-i întâlnească şi să afle cât mai multe lucruri cu putinţă despre ei.

Cei care cumpără spaţiu publicitar sunt un alt element care influenţează audienţa ziarului, iar pentru publicaţiile cu circulaţie mai mică ei sunt, din punct de vedere economic, mai importanţi decât cititorii. Puterea comercială îi face pe mulţi să creadă că firmele care cumpără spaţiu publicitar o folosesc permanent pentru a intimida ziarele şi a le convinge să ajusteze în beneficiul lor materialele pe care le publică. Surpriza este că asemenea situaţii nu sunt chiar atât de frecvenţe. Desigur, unii clienţi importanţi şi-au retras uneori reclamele, în semn de protest faţă de modul în care ziarul a scris (sau nu a scris) despre companiile respective, mulţi au ameninţat să o facă şi încă mai mulţi au încercai, printr-o convorbire telefonică particulară cu un editor sau redactor-şef, să obţină ceea ce doreau. Iar unii au reuşit.

Pericolul ca asemenea situaţii să se producă este mai mare în cazul ziarelor excesiv de dependente de reclame, aşa cum no lutituplă cu multe ziare de provincie. Dar mult mai întâlnită deutl Hl IMIN lfl presiune deschişii este influenţa pe cum o pot exercita cei ce cumpără spaţiu publicitar asupra conţinutului editorial. Redactorii sunt adesea supuşi unei enorme presiuni din partea departamentului de publicitate al ziarului pentru a publica articole despre anumite subiecte,

deoarece se cunoaşte mâni Ne estimează că ele vor atrage reclamă. Aceasta poate să ducă la hituntii în care unele subiecte au parte de o atenţie mai mare decât le-ar fi acordată în mod normal său, la ziare care nu ţin seama de constrân-licrile etice, la situaţii în care anumite companii şi produsele lor sunt menţionate în articole doar pentru faptul că au cumpărat spaţiu publicitiu, în mare parte, această practică este relativ benignă în sine, însă se dovedeşte a fi doar începutul pentru articole din ce în ce mai părtinitoare.

Aceste limite ale procesului jurnalistic – cele endemice colectării Informaţiei şi cele impuse de valorile celor ce controlează presa, de cultura redacţională şi de gusturile cititorilor – conduc la concluzia că, poate, precizarea despre care am vorbit în deschiderea acestui capitol ar trebui să fie mai lungă:

Acest ziar, cu sutele de mii de cuvinte pe care le conţine, a fost produs în circa 15 ore de un grup de fiinţe umane supuse greşelii, care lucrează în birouri aglomerate şi încearcă să afle ce se întâmpla în lume de la persoane care uneori ezită să ne furnizeze informaţii, iar alteori ne obstrucţionează pur şi simplu. Conţinutul său a fost determinat de o serie de judecăţi subiective, (acute de reporteri şi redactori, condiţionaţi de cunoaşterea ideilor preconcepute ale editorilor şi patronilor. Unele articole apar aici scoase din contextul principal, pentru că altminteri ar deveni mai puţin dramatice şi coerente, iar unele dintre

cuvintele folosite au fost alese deliberat pentru a crea un impact emoţional, şi nu pentru acurateţe. Unele articole sunt publicate cu unicul scop de a atrage anumiţi cumpărători de spaţiu publicitar.

Aceste limitări sunt la fel de inevitabile ca şi coşmarurile repetitive din visele noastre. În cele din urmă, jurnaliştii au la dispoziţie un singur mod de a reacţiona: să-şi dezvolte standarde şi abilităţi universale şi să acţioneze în funcţie de acestea. Ele sunt singura noastră protecţie. Dacă/liniştii fac acest lucru, pol învinge limitele. Este posibil; pentru că zilnic, undeva, pe această planeţii, aceste limite. Sfiit învinse, Reporterii dau în vileag corupţia, descoperit neglijente, releva* pericole, demască criminali şi scriu despre fapte pe care, altminteri, cineva ar fi dorit să le ţină ascunse. Ziarele publică informaţii şi, ca să parafrazăm editorul ziarului Times de acum un secol, le transformă în proprietatea comună a poporului. Chiar şi ziarele proaste fac mai mult bine decât rău, dar nu se poate spune acelaşi lucru şi despre guverne.

Aceşti yankei sunt fără îndoială nişte băieţi insistenţi, cu un mare talent de a descoperi adevărul.

Directorul ziarului The Times despre J.A. MacGahan

Capitolul 3 Definiţia ştirii

Ziarele sunt incapabile, se pare, să discearnă între un accident de bicicletă şi colapsul civilizaţiei.

George Bernard Shaw

Rolul unui ziar este de a afla informaţia proaspăta despre chestiuni lit) Interes public şi de a o transmite cititorilor cât mai repede şi cu cât Mlitl multă acurateţe posibil, în mod cinstit şi echilibrat. Asta-i tot. /litrul poate să mai facă o mulţime de alte lucruri, cum ar fi să le spună Ultllorilor ce crede despre ultimele filme, cum se cultivă cartofii, care Httil predicţiile zilei pentru zodia Taurului sau de ce e cazul ca guvernul Nit îţi dea demisia. Dar fără informaţie proaspătă nu am avea decât un UOinentariu asupra unor lucruri deja ştiute. Interesant, probabil, chiar Nllmulntiv; dar comentariul nu este ştire. Informaţia este.

O afirmaţie citată adesea pe marginea acestui subiect îi aparţine lui CIP. Scott, editorul ziarului Manchester Guardian, într-un editorial liprinil sub semnătura sa la 5 mai 1921. Ei afirmă că:

...rolul primar al ziarului este colectarea ştirilor. Cu orice risc, ei trebuie să vegheze că ştirile să nu fie alterate. Nici prin ceea ce se spune, nici prin ceea ce nu se spune, nici prin modul de prezentare nu trebuie ca faţa senină a adevărului să sufere.

Acesta este un imperativ foarte dificil, dacă nu imposibil de respectat. Pitr, adăuga el, şi acesta este fragmentul care a fost, de atunci, invocat de un milion de ori, „comentariul este liber, dar faptele sunt sfinte”.

Adev. Lraiul sens al acestei afirmaţii este pârlea caic se referii la valorile comparative ale faptelor şi comentariului. Dacii, aşa cum am făcut de multe ori, intraţi într-o încăpere plină de

jurnalişti şi întrebaţi care dintre ei are o opinie în legătură cu un eveniment jurnalistic important, vor ridica toţi mina. Apoi, când întrebaţi cine are o informaţie proaspătă, nepublicată despre respectivul eveniment, aproape nimeni nu va ridica mâna. Fapt este că toată lumea are de făcut un comentariu, fie el interesant sau nu, dar foarte puţini au informaţii noi. Primul este un loc comun, al doilea este un lucru rar şi, implicit, ţine de valoare.

Ce este ştirea?

Există aproape tot atâtea definiţii ale ştirii câte articole s-au scris şi se scriu în continuare. Cea mai comună definiţie a ştirii în Marea Britanie afirmă că nu este o ştire dacă un câine muşcă un om, ci dacă un om muşcă un câine. Aceasta ne reaminteşte că ştirea vizează ceva neobişnuit sau interesant. Dar ştirea este mai mult decât atât. Ea este, de asemenea, ceva proaspăt, ceva despre care nu s-a mai auzit şi, în special, ceva care prezintă interes pentru cititori.

Acest criteriu presupune nu doar chestiunile care îi afectează pe cititori sau care au un impact asupra vieţii publice, ci şi ceea ce este de interes pentru public Ştirea despre divorţul a doi scriitori faimoşi nu este în interesul publicului, dar cu siguranţă este de interes pentru public. Cea mai bună ilustrare a acestei idei a rămas tot vechea caricatură din New Yorker, cu cei doi oameni aflaţi într-un tren; unul ţine în mână un ziar cu titlul Multe lucruri importante pe care trebuie să le ştii, iar celălalt are un ziar numit Zvonuri, bârfe şi

întâmplări nebuneşti. Gluma constă în faptul că omul cu Multe lucruri importante nu-şi poate lua ochii de la Zvonuri, bârfe şi întâmplări nebuneşti.

Valoarea unei ştiri

Ştirea reprezintă deci informaţii de actualitate, Inedite, deosebite şi de interes general. Primele trei elemente pot fi aproape întotdeauna stabilite în exactitate; însă ulllma ce nuiiinc este de interes genera!

— Suscită Ionic controversele care se fac auzite în fiecare zi în redacţiile de ştiri din lulrcaga lume.

În general, la cele două extreme, problema dispare. Dacă 450 de oameni îşi pierd viaţa atunci când un avion în care se afla preşedintele ŞI IA se prăbuşeşte peste un centru comercial din centrul unui oraş, m. ea sla este clar o ştire extrem de importantă, care, fără îndoială, îl va ilricimina pe oricine o citeşte să exclame: „Uau! Chiar dacă nu mai wc) e nimeni în preajmă. În schimb, faptul că tocmai am cumpărat o muşină este o ştire? Este de actualitate, nu a fost încă publicată nicăieri) \cu siguranţă e neobişnuită. Dar nu constituie o ştire, deoarece nu II Interesează decât pe membrii familiei mele, pe administratorul contului meu bancar şi pe cel care mi-a vândut maşina.

Jurnaliştii se contrazic între ei asupra tuturor evenimentelor situate lui re aceste două extreme, încercând să decidă dacă un subiect are împaci sau este interesant, dacă merită să i se acorde 200 de cuvinte sau/ O O, să fie plasat la rubrica „Ştiri pe scurt” sau chiar pe prima pagină. IVniru un

novice, acesta este, alături de lead-uri, unul dintre marile mistere ale meseriei, ce pare cu atât mai impenetrabil din cauza uşurinţei ni care persoanele cu mai multă experienţă emit judecăţi extrem de (dgiirc asupra unui subiect. Din fericire, pot fi formulate unele indicaţii detaliate şi accesibile.

L'uctorii care influenţează valoarea unei ştiri

Sit slabilim încă de la început un lucru: în procesul de evaluare a Mibieetelor jurnalistice, subiectivitatea nu poate fi evitată; ea caracterizează întregul proces şi niciun reporter sau redactor de ştiri, oricât tu încerca să se abţină cu profesionalism de la aceasta, nu va fi niciodată la stare să o facă în totalitate Acest lucru este cu atât mai evident atunci e hui evaluează subiectele jurnalistice. Eu consider că lipsa locuinţelor L'Ultf un subiect interesant şi important, iar dumneavoastră credeţi că e IUI lucru inevitabil şi plictisitor. O asemenea subiectivitate, cu toate că nu poate li ciudată, reprezintă un permanent pericol, mai ales atunci când jurnaliştii (redactorii de ştiri, cel mai adesea) lucoaivfi sttşi impunil prejudecăţile drept adevăruri obiective. Conştientizarea acestei tendinţe oferă totuşi o anumită protecţie împotriva celor mai grave excese.

Subiectivitatea nu este primul lucru pe care îl percep majoritatea tinerilor jurnalişti care intră prima oară într-o redacţie de ştiri. Spre surprinderea lor, ei nu sunt prea frecvent nici martorii unor îndelungi controverse asupra

meritelor vreunui subiect. Dimpotrivă, văd că foarte multe evaluări ale ştirilor sunt emise cu promptitudine şi siguranţă, aparent pe bază de instinct, şi nu pe fundamente ştiinţifice. Cu toate acestea, procesul este mult mai elaborat decât indică aparenţele; lasă impresia că este instinctiv, deoarece foarte multe raţionamente care contează în deciderea impactului unui subiect au fost deja însuşite atât de bine, încât sunt făcute foarte rapid – uneori chiar cu prea mare repeziciune.

În cele ce urmează, am încercat să identific ceea ce se petrece – sau ar trebui să se petreacă – în mintea unui jurnalist când evaluează o ştire, în lipsa unei formulări mai inspirate, putem denumi aceste concepte factori care influenţează valoarea ştirii. Există opt astfel de factori. Cinci au legătură cu ştirea (domeniul, ştirile la modă, evoluţia, sursa, informaţiile şi sincronizarea), unul se referă la public (cititorii), iar altul constă în lumea în care coexistă publicul şi ziarul (contextul).

Domeniul

Reprezintă categoria generală în care se încadrează articolul – infracţiuni, mediu, sănătate, administraţie centrală, economic, probleme ale consumatorului, armată, politică şi aşa mai departe. În teorie, toate domeniile sunt egale între ele ca importanţă, dar în practică unele sunt mai egale decât altele. Infracţiunile, de exemplu, au o valoare mai mare decât moda, pentru că este acceptat că sunt de interes mai larg. Fiecare dintre aceste prime categorii se împarte în subcategorii – de exemplu, infracţiunile se împart

în crime, fraude, răpiri, escrocherii, droguri, spargeri, şantaj, viol, agresiuni. Pentru publicul larg, flecare dintre ele are o anumită valoare netă care este dată, în mod normal, tic raritatea sa într-o anumită societate sau zonă. Aici intervine M00IMoxlur (vezi mai

on). Spre exemplu, răpirile nu de regulă o valoare de ştire mai maro deelt agresiunile, pentru că sunt mai rare.

Ştirile la modă

IU Istă şi un astfel de factor precum ştirile la modă – subiecte care intră brusc în lumina reflectoarelor şi reprezintă, pentru o vreme, sarea şi piperul unei anumite luni. Acest lucru se observă cel mai clar în domenii cărora nu li s-a acordat prea multă atenţie de-a lungul timpului, dar care dlutr-odată sunt văzute din perspectiva unui cuvânt sau a unei sintagme te le caracterizează. Deghizate sub noul titlu atractiv, presa le acordă o Menite exagerată. „Noile infracţiuni precum deturnarea avioanelor, constituie un exemplu clasic. Jafurile stradale, întrecerile motocicliştilor nici folosirea maşinilor pentru a pătrunde într-o clădire există de când avem străzi şi maşini, dar sub noile denumiri – „hoţi la drumul mare9, „furia străzilor* şi „asalt cu berbeci" – au dobândit o atracţie sporită şi N-au numărat o perioadă printre ştirile la modă.

Istoria acestui fenomen este destul de veche. În 1862, The Times a resuscitat o teamă mai veche, din cauza răspândirii bruşte a ceea ce/land numea „garotare" – atacuri pe la spate. În unele

regiuni, în care Ofticile de acest fel erau foarte frecvente, oamenii nu mai voiau să iasă din case. Cu toate acestea, panica a scăzut rapid în intensitate. De atunci, printre ştirile la modă s-au numărat Marea Tteroare a Bicliştilor din anii IK90, când Daily Graphic a făcut să tresalte inimile cetăţenilor din clasa de mijloc, semnalând existenţa unor hoarde de bic ici işti care „claxonează, aşteaptă ca oamenii să se ferească din calea lor şi pedalează cu o viteză de 12 – 16 km pe oră”. În anii ’50, fiecare tânăr din clasă muncitoare era un Teddy Boy (modă vestimentară inspirată de îmbrăcămintea din perioada edwardiană – fi. R.), în anii ’60 toţi motocicliştii erau socotiţi rockeri, în anii ’70 orice tânăr cu părul lung era un hippie drogat, în anii ’80 orice adunare a tinerilor era o petrecere cu muzică arid Itouse, iar în anii ’90 orice conflict minor între motociclişti era el lehetat drept „furia străzilor”. Aceste clişee sunt uşor de ridiculizat în prezent, dar greu de evitat în momentul în care toată lumea discută despre cea mai recentă ameninţare. De obicei, antidotul îl constituie articolele care prezintă în mod obiectiv dale relei llouio la fenomenele respective.

Evoluţia

Reprezintă ceea ce se întâmpla în mod specific în cadrul domeniului său al subdomeniului la care se referă articolul. Raritatea să îi dă cea mai mare parte a valorii, fără să depindă de public. Constă în evaluarea directă a ineditului din evenimentul respectiv. Cauza majoră a neglijării

sau descalificării unui subiect este lipsa valorilor de raritate şi actualitate pe care acesta le aduce cu sine. De exemplu, să ne gândim la lunga dispută dintre Marea Britanie şi Franţa, în legătură cu refuzul celei din urmă de a autoriza comercializarea cărnii de vită provenite din Marea Britanie, din cauza posibilei contaminări cu boala vacii nebune. O evoluţie care ar presupune intenţia de negociere ar fi una minoră (excluzând posibilitatea ca una dintre părţi să fi declinat participarea). La urma urmei, au loc mereu negocieri. Dar o evoluţie a evenimentului care constă în faptul că una dintre părţile implicate renunţă la negocieri ar fi mult mai rar întâlnită şi, prin urmare, ar reprezenta o evoluţie majoră. Motivul principal pentru care un eveniment este considerat mai puţin important sau mai puţin atractiv îl reprezintă o valoare scăzută a rarităţii sale. Evenimentul include alte trei elemente: sursa, cunoaşterea şi sincronizarea.

Sursa

Importanţa sau valoarea evenimentului depinde în parte de sursa de la care a fost obţinută informaţia. Un politician din opoziţie vă poate spune că preşedintele este în pragul demisiei, dar dacă vă spune acest lucru preşedintele sau unul dintre apropiaţii săi, atunci în mod clar subiectul are o greutate mai mare. Va fi un subiect şi mai bun dacă descoperiţi că preşedintele este gata să demisioneze, dar că, în acelaşi timp, nu doreşte să fie cunoscut adevăratul motiv lui dumneavoastră ştiţi acest lucru şi îl

transmiteţi cititorilor.

Ctmoaşterea

i) în neest punct de vedere, se pune problema câţi oameni au cunoştinţă ilo Npre eveniment, Cea mai mare valoare o au articolele care reprezintă prima relatare a unui eveniment necunoscut pentru toată lumea în afară tiu sursă/surse şi, poate, de colegii şi apropiaţii acesteia. Cea mai mică valoare o au subiectele din arenă publică, pentru că au fost deja abordate tio o altă publicaţie. Subiectele care au fost prezentate ia televizor sau la Ntdio pot avea o valoare puţin mai scăzută, dar într-o mai mică măsură. În redacţiile de ştiri ale marilor ziare naţionale, puteţi auzi frecvent spunându-se despre un subiect: „Credeam că ştim deja asta”, cu sensul CĂ e posibil că perspectiva respectivă să fi fost deja adusă la cunoştinţa publicului. Dacă o cercetare în arhivă arată că există un precedent, se renunţa la subiect. Cu toate acestea, o astfel de afirmaţie devine adesea o scuză pentru şefii departamentelor de ştiri pentru a submina un subiect pu care de fapt nu îl agreează. Dacă o auziţi rostită frecvent fără acoperire, ar trebui să reprezinte un semnal de alarmă.

Sincronizarea

Viirea, spre deosebire de vin, nu devine mai valoroasă dacă e pusă la pit Ktmrc pentru a fi consumată mai târziu. Totuşi, timpul în sine nu este Cel mai important factor. Dacă aflaţi despre un eveniment major la trei Nilplitntfni după ce acesta a avut loc, factorul crucial nu este perioada

de H m². ci câţi oameni au aflat despre acel eveniment între timp. Dacă Niibieetul nu este încă public, intervalul de trei săptămâni nu va reduce HOinitiricativ valoarea de ştire. În condiţiile în care intervalul cât mai retins de timp dintre eveniment şi relatare poate adăuga valoare, timpul (Mit) cel mai adesea un factor negativ, diminuând valoarea din cauza tiiltr/icrilor care permit ca subiectul să devină cunoscut pe scară largă.

Cititorii

Acesta reprezintă cel dintâi factor care nu are o legătură directă cu specificul subiectului. Publicul poate fi general sau specializat, dar ideea esenţială ce reiese dintr-un fragment al capitolului precedent este că trebuie să învăţăm, pe cât posibil, cât mai multe despre el. Altfel, este imposibil să judeci interesele şi gusturile sale şi, implicit, e imposibil să evaluezi corespunzător valoarea subiectului şi a evenimentului. Ar fi ca şi cum ai conferenţia cu glas tare, într-o cameră complet neluminată, pentru un grup de necunoscuţi.

Însă trebuie să folosiţi ceea ce ştiţi despre cititori pentru a fi informat atunci când emiteţi judecăţi de valoare şi să nu lăsaţi aceste cunoştinţe să vă influenţeze în permanenţă concluziile în poate privinţele. În momentul în care începeţi să priviţi gazetăria ca pe o marfă care trebuie vândută în mod calculat, încetaţi a mai fi jurnalist. La un moment dat, obedienţa faţa de ceea ce credeţi că reprezintă preferinţele

publicului duce, mai departe, la filtrarea şi eliminarea unor subiecte care nu sunt în concordanţă cu prejudecăţile cunoscute ale cititorilor sau la omiterea unor fragmente ce nu convin, cum ar fi contextul, explicaţiile şi calificarea. Acest lucru este important. Parte din misiunea jurnaliştilor este demolarea miturilor populare şi atacarea ipotezelor confortabile. Nu puteţi realiza aceste lucruri dacă sunteţi prea conştient de reacţiile cititorilor, prea grăbit să faceţi concesii în numele lor. Aţi ajunge la fel de demn de încredere precum un amant dornic să facă pe plac, ce rosteşte numai cuvintele pe care crede că iubita le aşteaptă de la el.

Scriitorul satiric englez Michael Frayn a pornit de la această idee când a scris, în The Tin Men, despre un computer programat să scoată ziare în funcţie de rezultatele sondajelor de opinie. Oamenii erau întrebaţi ce fel de subiecte le plac mai mult, cât de des ar dori să apară şi care sunt detaliile pe care doresc să le afle. Doresc câte un articol despre o catastrofă aeriană pe lună sau mai des? Prefer sau nu ca printre resturile accidentului să fie găsite jucării? Dacă se scrie despre o crimă, aş vrea că victima să fie o fetiţă, o bătrână sau o femeie gravidă neinăritalrtv iar cadavrul ar trebui să fie dezbrăcat sau în lenjerie intimă?

LUlfilfl umile/iure populare la hune care, luminate mai degrabă cu MHiniie presupuneri privind gusturile cititorilor decât cu rezultatele mu II Nonduje, abordează gazetăria cam în acelaşi

mod ca şi computerul llllMItitliir al lui Frayn.

I\mhwtul

IU*) ICZ lliM situa (ia diiur-o zonă de circulaţie dată (societate, sat, oraş Dtiu regiune) ce corespunde domeniului şi evenimentului şi ajută la IVillllircii rarităţii. Astfel, valoarea de informaţie a unui subiect variază în luneţie de locul în care se petrece evenimentul. Aşa se explică faptul t<N un săptămânal danez cu difuzare în mediul rural va acorda mai multă NliMiţic unui schimb de focuri decât un tabloid din New York. Într-un caz Ulii vorba despre un lucru excepţional, iar în celălalt despre un eveniment care se repetă de multe ori pe zi.

I locuri, lucrurile par că stau exact pe dos atunci când se acumulează mul multe secvenţe ale unui anumit eveniment. De exemplu, nu se iMMlftkleră ştire faptul că un câine muşcă un om. Dar dacă o anumită rasă lin utilii atacă oameni în repetate rânduri – şi grav –, atunci aceasta ilovine ştire. Fiecare eveniment se adaugă rarităţii cumulului de cazuri. Imn de ce contextul trebuie menţionat întotdeauna, uneori chiar în ilelullu. În uncie cazuri, contextul este cunoscut publicului larg, dar mult mai adesea este nevoie de muncă de documentare pentru a-l afla, ţi. HM Ici devine inseparabil de eveniment, în cadrul articolului. Aşadar, i iiilrxlul trebuie menţionat întotdeauna.

T onlextul mai este important pentru că poate fi invocat în apărarea lui tutlismului, atunci când acesta este acuzat că e negativist, senzaţio-iiili. I s-au interesat numai de lucrurile rele. De exemplu,

dacă în oraşul în cure locuiţi bolnavii internaţi în spital sunt de obicei îngrijiţi şi vindecaţi, atunci devine o ştire faptul că cineva moare, ca o excepţie, din neglijenţa doctorilor. Un articol pe această temă ar putea atrage uni/aţin de negativism. Dincolo de faptul că jurnaliştii nu trebuie să unic ulei negativ, nici pozitiv, cei ce aduc această acuză ar trebui să se llihebe ce standarde cumplite de asistenţă medicală ar atrage titluri ca: „Un cetăţenii este internat în spital şi scapă cu viaţă”.

O scală valorică a subiectelor

Odată ce sunteţi conştient de existenţa acestor factori generali, impactul valorii ştirilor poate fi stabilit cu adevărat numai analizând fiecare subiect în parte. Iată câteva:

O nouă iniţiativă de pace a ONU în Bosnia; guvernul interzice importul de automobile străine;

O celebră actriţă divorţează; un om politic din opoziţie convoacă o conferinţă de presă pentru a condamna politica financiară a preşedintelui; un alt politician din opoziţie convoacă o conferinţă de presă pentru a-şi anunţa intenţia de a-l susţine pe preşedinte; patru tinere ucise de un maniac sexual în micul dumneavoastră oraş, în decursul a trei zile; guvernul anunţă o nouă şi importantă iniţiativă de a instaura ordinea în localurile obscure.

Aşadar, care este, după părerea dumneavoastră, cel mai bun subiect? Pe care l-aţi aşeza în prima pagină? Ei bine, este un exerciţiu imposibil dacă nu ştii despre ce ziar este vorba şi

care îi sunt cititorii. Deci încercaţi mai întâi având în minte ziarul central cu cel mai mare tiraj, apoi luaţi ca referinţă ziarul cel mai important pentru oamenii de afaceri – echivalentul din ţara dumneavoastră pentru Financial Times de la Londra, The Wall Street Journal sau Kommersant din Moscova. (Alegerile mele ar fi fetele ucise, pentru ziarul popular, şi interzicerea importului maşinilor străine, pentru ziarul financiar.)

Multă vreme a trebuit să iau asemenea decizii privind cele mai bune subiecte la un ziar naţional din Londra. Am pus la punct un set de repere care m-au ajutat să decid greutatea subiectelor ce intrau în competiţie. Iată-le, deşi, aşa cum se întâmplă cu toate regulile generale, întotdeauna există excepţii.

Iu limita de jos scalei se ajh) articolele despre declaraţiile unor persoane

Acestea sunt subiectele privitoare la conflicte de idei sau noi idei. Sunt Htlleole tip „povestea vorbei” – nimic nu s-a întâmplat, doar că cineva a ni liniat ceva. O emblemă clasică a acestui tip de articole este existenţa unul cuvâiit ca „avertizează”, „îndeamnă” sau „cheamă” în titlu. Într-un număr din mai 1994 al lui Moscaw Times, altfel un ziar excelent de limbii engleză, nouă din 13 articole erau din această categorie. Chiar însemna acest lucru că într-una dintre cele mai mari ţări din lume, care nprinde opt zone de fus orar, se întâmplaseră, de fapt, doar patru tunuri în weekend?

Aici există, de regulă, două capcane care îl

ameninţă pe jurnalist. Pi lina este prejudecata conform căreia, dacă un politician spune ceva, lielmie neapărat să înregistrăm acest lucru. Fals. Fiecare jurnalist ar fi chiri să aibă pe birou motoul: „Ei sunt doar politicieni”. Simplul fapt i (I un anume bărbat între două vârste şi în costum gri a decis să ţină un iIIM uis sau să facă o declaraţie nu este o ştire. Cele mai multe discursuri iji declaraţii sunt în întregime previzibile. Numai atunci când se spune i’ UVii la care nu ne aşteptam, acest lucru devine o ştire. Un politician liberal, reformist de frunte, care condamnă încetineala schimbării în Ki h* loiale nu reprezintă nimic nou. Dar dacă anunţă că s-a convertit la niumiiism, atunci aceasta e o ştire.

A doua capcană este ceea ce numim pseudoeveniment: conferinţe de H’i*Nili interviuri şi altele asemenea. Conferinţele de presă nu sunt, aşa i tun par să creadă unii jurnalişti, ştiri în sine. Nimic nu se întâmpla de lupt, Lumea nu se schimbă cu nimic Tot ce se întâmplă este că un uniune politician sau o anume celebritate a dorit să facă o declaraţie, de tihli ci din motive personale, între care primul este publicitatea. Singurul lumi care contează este conţinutul mesajului lor. Trataţi toate pseudo-cvriiimciilcic cu scepticism.

Următoarele pe scală valorică sunt artico Mtt despre ceea ce se spune că se va întâmpla

Aici intră articolele despre ameninţări sau îndemnuri la acţiune. Asemenea discursuri sunt folosite din abundenţă de politicieni (care sunt

ajutaţi şi încurajaţi în această acţiune de jurnaliştii leneşi ce găsesc participarea la conferinţele de presă mult mai agreabilă decât căutarea subiectelor autentice). Dar cel puţin au uneori calitatea de a furniza informaţii valoroase, autentice în legătură cu o anume situaţie, oferită laolaltă cu exagerări şi echivocuri.

Urmează articolele despre ceea ce se spune că se întâmplă sau că s-a întâmplat

Acestea sunt articole despre investigaţii jurnalistice, despre oameni care vă transmit ceea ce au descoperit. Ceva concret se va fi întâmplat.

În vârfse situează articolele despre ceea ce s-a întâmplat

Aici intră articole despre evenimente, fapte, accidente, dezastre, înfăţişări la tribunal şi multe alte întâmplări autentice, care pot fi dovedite.

Un element important în judecarea valorii unei ştiri este numărul de cititori care vor fi interesaţi de un anumit subiect

Cu cât sunt mai mulţi oameni afectaţi de un eveniment, cu atât mai important va fi articolul care îl descrie: Dacă cititorii sunt interesaţi în mod direct, cu atât mai bine.

Cu cât efectul evenimentelor despre care relataţi e mai îndelungat, cu atât mai bun şi mai important este articolul

Ceva ce afectează oamenii doar pentru o zi sau o perioadă NCtirtă este, în mod clar, mai puţin important decât un lucru care îl alotit Mi/fi permanent.

Ayii cum se futfmpifl în cu/. Ul liilumr neeslor

tipuri de reguli, vor n\nu\Întotdeauna anumite excepţii. Ştirile la modă pot fi adesea res-ţinii Nul>de pentru acest lucru. Subiecte cărora eu o săptămână mai devreme ithlit le-ar fi fost acordat un spaţiu mic în interiorul ziarului sunt mutate lume pe prima pagină, deoarece au intrat în categoria ce se află acum în centrul atenţiei. Alte evenimente, un incident, un accident sau o Wiln. Strolă, devin centrul de atenţie al săptămânii respective. De asemenea, n) iulile pot funcţiona şi în sens invers, astfel încât se explică de ce mic Nca ziarul care publică primul o anumită ştire nu se bucură de recunoaşterea pe care ar fi meritat-o. În domeniul ştirilor, sincronizarea UNlc adesea cel mai important lucru.

În sfârşit, reporterii nu trebuie să uite niciodată că, dacă au aflat CO Vil, asta nu înseamnă întotdeauna că au o ştire. E posibil ca „povestea” po cure încearcă să le-o vândă editorului lor să fi necesitat zile şi chiar jtfipittmâni întregi de documentare, poate că au fost nevoiţi să înfrunte tot felul de dificultăţi şi obstacole – însă toate acestea nu potenţează neapărat importanţa ştirii respective. Doar în cazuri excepţionale, modul în cnrc s-a documentat reporterul asupra subiectului prezintă vreun Interes pentru cititor.

În acest ziar, separarea ştirilor de editoriale şi de articolele de opinie este serioasă şi completă. Această separare se doreşte a servi intereselor cititorului, care are dreptul să cunoască faptele din ştiri şi opiniile din editoriale şi articolele de

opinie. Dar prin această separare de funcţii nu se intenţionează să se elimine din ştiri gazetăria onestă, aprofundată, analiza ori comentariul, atunci când acestea sunt etichetate în mod clar.

Ben Bradlee, editor al ziarului Washington Post

Capitolul 4

De unde provin ştirile bune?

Cititorii se câştiga prin intermediul ştirilor de senzaţie şi se păstrează cu ajutorul articolelor de tip feature.

Lord Northeliffe

I lucie dintre cele mai bune subiecte dau impresia că apar de nicăieri – lllfiricnte surprinzătoare, demisii şi catastrofe atât de uimitoare, încât iluiplii enunţare a faptelor este suficientă pentru a obţine un titlu de in IU ol cu un impact major. Jurnaliştii nu pot face nimic pentru a llilluenţa ocurenta unor astfel de evenimente; tot ceea ce putem face i’ Mc să producem cel mai bine documentate şi cel mai bine scrise lolntflii ale lor. Totuşi, multe alte subiecte bune depind de jurnalişti – Hllllccte care iniţial reprezintă evenimente de o importanţă mai mică, (tiu cure sunt transformate în ştiri de senzaţie prin descoperirea vreunui îi ipir (necunoscut până în acel moment; veritabile evenimente din afara MWI ttil publice, necunoscute cititorilor până în clipa în care un jurnalist li” descoperă şi le relatează.

Tu acest proces, nimic nu se află la voia întâmplării. Subiectele bune «Io jţcinil acesta nu apar din senin; ele îşi datorează existenţa

jurnaliştilor llo niicccs care ştiu unde să caute şi care se pricep să facă bine anumite lucruri de aceea, descoperă mult mai multe subiecte de acest fel decât luriiilişiii obişnuiţi. Aparentul mister al originii subiectelor bune nu r iic o ghicitoare; presupune metode de lucru solide, abilitatea de a şti mule sit cauţi şi unde nu.

Obiceiurile reporterilor de succes j

Cei mai buni reporteri descoperă cele mai bune subiecte deoarece au un instinct deosebit privind ştirile şi ştiu încotro să-şi îndrepte investigaţiile, 1 cu cine să discute şi ce întrebări să pună. Detaliile despre aceste elemente sunt prezentate în următoarele trei capitole referitoare la surse, investigaţii şi interviuri. Pe lângă acestea, mai există o serie de obiceiuri ale reporterilor, poate mai puţin evidente, însă la fel de importante, care ajută la realizarea unor articole valoroase.

i

Exploraţi toate posibilităţile

Hotărârea reprezintă, probabil, cea mai mare diferenţă dintre un reporter obişnuit şi unul bun. Un exemplu clasic, cu atât mai relevant prin latura sa neobişnuită, este un subiect descoperit de Derek Lambert, aflat pe atunci în perioadă de probă la Daily Mirror. La început, se părea că e vorba despre o crimă obişnuită: un polonez fusese găsit înjunghiat în subsolul unei case dărăpănate din Manchester, iar Lambert a fost trimis acolo pentru a investiga cazul. Situaţia nu părea foarte promiţătoare. Vecinii nu ştiau nimic (sau nu voiau

să spună), poliţistul care păzea locul faptei nu voia să stea de vorbă cu el, iar atunci când Lambert a mers la secţia de poliţie, i s-a spus că nu mai este nimic de adăugat la declaraţia dată anterior.

În acel moment, un reporter obişnuit s-ar fi întors la redacţie şi ar fi spus că subiectul nu prezenta prea mult interes; astfel au procedat rivalii lui Lambert. Însă el nu era un reporter oarecare. A rămas pe loc, hotărât să obţină mai multe informaţii, sperând să poată schimba câteva cuvinte cu un poliţist care ieşea din tură. După un timp, a observat că nişte detectivi se pregăteau să plece şi au urcat într-o maşină. Presupunând că lucrau la cazul care îl interesa pe el, a revenit la locul crimei. Aici, a văzut doi oameni îmbrăcaţi în costume ce băteau pe la uşi. Le-a spus detectivilor cine este şi a început să discute despre cu/… Victima, i-au spus ei, era un informator al poliţiei şi fusese eillenllt de o maşină, apoi înjunghiată. Lambert avea acum subiectul şi, în uruit timp, îşi iHUinmiten articolul prin (ciclon. Acesta începea astfel: „Poliţia a ţicnim al a scării investigaţiile asupra uiislerului unui bărbat ucis de două Mil”, Articolul a ajuns pe prima paginii şi ia asigurat lui Lambert un loc la redacţia ziarului The Minor.

Hdnifnefi prin preajmă

(VI mai buni reporteri nu ajung la faţa locului cu întârziere şi cu lăiullarca tăiată – decât dacă nu au de ales – atunci când trebuie să leluleze un eveniment. Ei au obiceiul să ajungă devreme şi, dacă au lltup, să rămână în preajmă şi mai târziu. Procedând astfel, reuşesc să înţoleagă mai bine

situaţia şi persoanele implicate, aud unele lucruri, ulmorvă detalii utile, vorbesc cu oamenii şi pun întrebări. Indiferent de Untura evenimentului – un proces, o anchetă publică, o întâlnire politică, liinwirea unei campanii, un raport dat publicităţii –, adesea, cele mai hutte subiecte nu se regăsesc în latura publică a evenimentului, ci în tlmpui petrecut înainte şi după eveniment, discutând cu cei implicaţi. La ni mă urmei, majoritatea celor care nu lucrează în domeniu nu ştiu ce iliiume poate deveni o ştire bună. În conversaţiile neoficiale de dinaintea (I se după o întâlnire oficială sau un interviu, e posibil ca interlocutorii să menţioneze vreo informaţie care să constituie un subiect mult mai bun decât cel pentru care reporterul s-a deplasat iniţial.

Hiceţi vă singur norocul

< n! 1 aveţi noroc, trebuie să vă situaţi pe o poziţie în care şansa să vă muldă. Acest lucru presupune, pe de o parte, perseverenţă, iar pe de altă [Milo, un instinct privind locul unde este posibil să se întâmple ceva; mai ales în cazul subiectelor de anvergură, de care sunt interesaţi mai mulţi reporteri, norocul implică şi abilitatea de a acţiona independent de aceştia. În 1981, papa a fost împuşcat, iar la Roma au fost trimişi nul işti din toată lumea. Printre ei se număra şi John Edwards, de la Daily Mail. Asemenea altor reporteri, a ajuns la Roma la 11.30 p.m., dai la loc să meargă imediat la hotel, cum au lacul majoritatea celorlalţi, a vrut să se intereseze imediat de subiect, Dar liiicica să se ducii 7 Piaţa

San Pietro era plină de călugăriţe care se rugau pentru însănătoşirea papei. Poliţia nu spunea nimic în plus, în afară de o declaraţie foarte succintă, aşa că Edwards a hotărât să meargă acolo tinde evenimentul era în curs de desfăşurare – la spitalul în care papa se zbătea între viaţă şi moarte.

Surprinzător, în momentul în care Edwards a ajuns la spital, la ora 1 dimineaţa, şi-a dat seama că era singurul reporter prezent. Ba mai mult, nu exista niciun poliţist care să-i împiedice accesul. Prin urmare, a intrat, a găsit o sală de aşteptare unde a putut să stea, să urmărească şi să analizeze situaţia. A moţăit puţin, iar pe la 6 dimineaţa a auzit nişte uşi deschizându-se, zgomot de paşi şi voci. Şase chirurgi cu halatele stropite de sânge au intrat în sala de aşteptare, apoi au ieşit pe balcon. Fumau şi respirau aerul proaspăt al dimineţii. Edwards i-a văzut zâmbind, s-a apropiat de ei şi a avut noroc Oamenii aceia îi salvaseră viaţa papei, iar unii dintre ei vorbeau bine engleza. Erau satisfăcuţi de evoluţia lucrurilor din acea noapte şi au vorbit liber, ba chiar au schiţat în agenda lui inciziile pe care le făcuseră şi au descris amănunţit fiecare etapă a operaţiei. Nu e de mirare că Edwards a afirmat ulterior că acesta a fost cel mai bun articol pe care l-a scris vreodată.

Simţiţi potenţialul ştirii

O parte din ceea ce jurnalistul lipsit de experienţă consideră a fi instinctele misterioase ale reporterilor buni implică, de fapt, calcule

destul de simple. Unul dintre instrumentele esenţiale utilizate de jurnaliştii de succes este întrebarea ce potenţial are ştirea? Dacă am luat în considerare toate scenariile şi faptele posibile, care ar putea fi lead-ulcu cel mai mare impact pe care l-aş putea scrie? Asemenea calcule sunt uneori la fel de utile în stabilirea subiectelor care nu merită urmărite, ca şi în relevarea celor demne de interes.

11 ştlK<i (i încrederea surselor

loNirlerii huni menţin o legătură permanentă cu persoanele lor de mulau şi nu le sună doar când au nevoie de ele; întreţin relaţiile îi npretive frecventând întâlniri la care în mod obişnuit nu ar participa, du ocazional le oferă informaţii. Rezultatul este că persoanele de UMII itel îşi amintesc de ei când dau peste un subiect interesant. De iiM incuca, sursele ocazionale nu uită un reporter care a dat dovadă de nhirciivitate şi acurateţe. Iar o sursă care are încredere într-un reporter poate dovedi utilă în mai multe moduri. Un politician din partidul nihtl la guvernare, pe care îl cunosc personal, a avut un rol-cheie în iMllunca de a-l introduce ilegal în Irak pe unul dintre cei mai de seamă PHicri în ştiri internaţionale de la The Observer, ca să investigheze Informaţiile ce ajungeau la ziar în legătură cu atrocităţile comise de NmMain Hussein împotriva aşa-numiţilor „arabi ai mlaştinilor”. Dacă au aş fi cunoscut persoana respectivă, dacă ea nu ar fi avut încredere în nliuvrilalca ziarului meu, fără contactele sale cu

grupările de rebeli din liitk şi liiră curajul lor, nu am fi reuşit să pătrundem în sudul Irakului şi lumea nu ar fi aflat nimic despre aceste atrocităţi. Reporterul, Shyam Hliiitia, a fost declarat corespondentul anului datorită acestei misiuni.

Manifestaţi interes faţă de subiect, nu doar faţă de povestea respectivă

I liimciii îşi pot da seama, aşa cum puteţi şi dumneavoastră, când anume un jurnalist manifestă interes faţă de ei doar de dragul unui articol. Mcporterii buni au un interes sincer faţă de oamenii implicaţi în evenimente – iar asta se vede; ei folosesc acest lucru în favoarea lor. În l %N. după ce disidentul sovietic Aleksandr Ginsberg a fost condamnat la închisoare în urma unui proces cu uşile închise, soţia sa, Ludmila, a convocat o conferinţă de presă. În noaptea de dinaintea conferinţei, toţi cel aproape 100 de reporteri occidentali din Moscova au fost contactaţi de Departamentul de presă al guvernului şi avertizaţi că vor fi luate „măsuri severe” împotriva celor ce vor participa. Ziua următoare, doar patru au avut curajul să meargă la apariuinentul l. iinlllci (însberg, printre ei numărându-se şi Raymond Anderson, de la Vie New York Times. Câteva luni mai târziu, în iulie 1968, Anderson a primit un document de la un prieten căruia îi fusese înmânat de către Andrei Amelrik, un istoric sovietic, de asemenea disident. În pachet se afla viitorul faimos eseu acuzator la adresa sistemului sovietic, scris de or. Andrei Saharov. După alte câteva aventuri şi investigaţii,

Anderson a ajuns la concluzia că documentul era autentic şi l-a trimis în secret pentru a ajunge pe prima pagină a ziarelor din lumea întreagă.

Intuiţi subiectele incomplete j

Din punctul de vedere ăl mai multor reporteri, sintagma articol de urmărire (follow-up) nu este prestigioasă, deoarece are conotaţia de clarificare a unor aspecte sau de cosmetizare a unui subiect exploatat anterior, astfel încât să pară nou. În sensul în care este folosită de multe ziare, aceste considerente sunt justificate. Există însă multe alte subiecte în cazul cărora un articol de urmărire se dovedeşte mai relevant decât ceea ce s-a relatat iniţial. Reporterii buni sesizează acest lucru, gândindu-se ce anume lipseşte – sau ar putea lipsi – din întreaga poveste. De exemplu, o bătrână a decedat în casa ei din nordul Angliei, fără ca nimeni să-i observe lipsa. Medicul legist, atrăgând atenţia asupra contrastului dintre semnele vizibile (sticlele de lapte lăsate la uşă etc.) şi indiferenţa vecinilor, a afirmat că bătrâna ar fi putut fi încă în viaţă dacă vecinii s-ar fi deranjat să o viziteze.

The Daily Mirror l-a trimis pe Derek Lambert să investigheze cazul, în vederea unui posibil articol despre femeia care a murit ignorată de vecinii ei comozi. A mers din casă în casă, adunând câteva informaţii, dar de cele mai multe ori a fost întâmpinat cu priviri indiferente şi ridicări din umeri. În cele din urmă, a dat peste un vecin dispus să vorbească. Chiar în momentul în care Lambert dădea să plece, bărbatul i-a spus:

„Auzi, medicul ăla legist chiar a avut tupeu, nu? Iambert l-a întrebat ce vrea să spună (întotdeauna e o întrebare bună). „Păi*, a răspuns omul, „medicul legist stă chiar un pic mai sus, pe strada asta”.

Îl luntri era umil di ni re vecinii pe cine îl critica. Lambert a realizat cil ilitl peste o ştire hunii povestea medicului legist care, litrii să-şi dea UNIUNI «N a criticai pe sine însuşi în sala de judecată.

H Ivi (i lucrurile dintr-o cută perspectivă

T4Mllllcil şi jurnaliştii buni au foarte multe în comun. Şi unii, şi alţii jjitherte idei productive, întorcând în minte lucrurile cu susul în jos, inutiiind o situaţie (sau o frază) pentru a o cântări mai bine, iar astfel în naştere ineditul. Reporterii de succes au foarte multe idei bune licorn ece privesc lucrurile dintr-o perspectivă neobişnuită. De exemplu, illund când John Ticrney de la The New York Times a fost trimis să scrie im Itrileol despre femeile care se înscriseseră la nişte cursuri de Mtllniptărare (subiect cel puţin banal), nu a scris despre femei, ci despre „Hlulficfilor” – presupusul violator îmbrăcat într-un costum vătuit, care llMUMii pumni şi lovituri în timpul cursului.

Cu toate acestea, inventivitatea reporterilor are anumite limite. De MtMliplţi, la Daily Mail a lucrat cândva un reporter pe nume Maurice hi» ence. Neilind deloc punctual, într-o zi a întârziat atât de mult cu în tulit rea unui articol, încât redacţia l-a pedepsit, trimiţându-l să scrie un HIII

cul de importanţă redusă care presupunea deplasarea la o distanţă liniile mare – o expoziţie de porumbei de la Birmingham. Fără a se lăsa mul prejos, Pagence a strecurat o pisică în clădire, sub haină, ca să i în îi” a serie un lead despre misterioasa persoană care a adus o pisică pilntic porumbei.

Stabilifi conexiuni

Mcpomeni buni fac conexiuni atunci când evaluează câteva evenimente... în Informaţii aparent lipsite de legătură între ele şi descoperă anumite pimcic comune. Willi Gutman, bibliotecar la o secţie de periodice care a liij ai din Germania hitleristă, a numit acest procedeu „lovitură de in\ ul prin interpretare1. Liste unul dintre motivele pentru care cei ce iiiun ziarele deoarece „se alimentează unul pe altul” greşesc. Multe articole bune sunt scrise de jurnalişti care olwtu vă o uilic cu însemnătau redusă într-un alt ziar, apoi fac investigaţii şi descoperă cil subiectul sal evenimentul respectiv este mult mai complex. Multe subiecte important! Au fost dezvăluite în întregime datorită faptului că tu ai multe ziare card se documentau independent au descoperit diferite piese ale puzzic-ulu ce împreună au alcătuit o imagine completă. Investigarea Afaceri Watergate din America, în anii 1973 – 1974, care a dus la demişi preşedintelui Nixon, este un exemplu clasic în această privinţă.

Nu vă bazaţi pe rezumatele întâlnirilor oficiale

Când vezi coperta majorităţii rapoartelor

oficiale, e greu să-ţi înăbuş căscatul. În unele dintre ele, probabil îngropată pe la pagina nouăzeci şi ceva, se află însă ştirea adevărată. E posibil ca ea să fi fost plasată acolti în mod deliberat, cu speranţa că majoritatea jurnaliştilor nu se voi deranja să citească până acolo. Mult prea mulţi reporteri, când au de-ţi face cu un raport de dimensiuni mari, vor examina doar cuprinsul. Dacij aveţi timp, citiţi întregul raport; dacă nu, uitaţi-vă peste paginile card e posibil să cuprindă material pentru un articol bun – declaraţiile părţilojj criticate, probele aduse de cei ce depun plângerea şi secţiunile dedicata istoricului cazului.

Citirea atentă a rapoartelor poate oferi compensaţii nebănuite. Uj începutul anilor ’90, Eileen Welsome, reporter de ştiri locale pentru Albuquerque Tribune, răsfoia un raport desecretizat despre expert mentele cu radiaţii realizate pe animale spre sfârşitul celui de-al doilea război mondial. Într-o notă de subsol, a găsit o referire la cazul a 18 persoane care fuseseră injectate cu doze de plutoniu, pentru ca oamenii de ştiinţă să poată studia efectele radiaţiilor asupra corpului uman, A început să facă cercetări, iar în noiembrie 1993 a publicat un articol în trei părţi. O lună mai târziu, guvernul american a organizat o conferinţă de presă şi a validat informaţiile respective. Preşedintele Clinton ţi ordonat deschiderea unei anchete, iar familiile victimelor au depus plângeri în instanţă. În anul următor, Welsome a primit Premiul

Pulitzer.

A/M Yd faceţi păreri preconcepute despre oameni

(VI Mint hun agent secret pe care l-am cunoscut vreodată era un bărbat lllit Mv. Nias, vesel, aparent naiv, a cărui acoperire era cariera de luptător» i tilr ilouisi. Lăsând la o parte desele călătorii în străinătate, era aproape llll lina persoană care ar fi putut fi suspectată de spionaj; din acest im* H i v, habar nu am avut de adevărata sa ocupaţie până după moartea sa. Alh ţie/ui că primise prea multe lovituri puternice în cap.

Jurnaliştii de succes ştiu că, dacă judecă oamenii după înfăţişare şi mi Mpaţie. E foarte uşor să facă greşeli şi să rateze subiecte. Unele dintre Minele în care nu se poate avea prea multă încredere arată extrem de ţir, lat uneori cele mai bune surse arată ca nişte vagabonzi. Aceasta nu lliwiimiifl că trebuie să vă petreceţi ore în şir alături de ceata de nebuni, pui iiunk i şi obsedaţi care hărţuiesc în mod regulat ziarele cu poveştile llll despre faptul că sunt urmăriţi, răpiţi de extratereştri sau persecutaţi (la ittivern. Totuşi, trebuie să judecaţi un om pe baza spuselor sale, nu în hunlie de felul cum arată. La urma urmei, la începutul anilor ’30, un f Im im de la The Daily Mail s-a întors la redacţie după o discuţie avută III hol cu un bărbat prost îmbrăcat. A spus că omul era clar un nebun nu e mormăia ceva despre transmiterea unor imagini în mişcare. Peste liel/Ile, câteva ziare rivale au scris despre inventarea televiziunii de IfilfU lohn Logic Baird –

nimeni altul decât „nebunul prost îmbrăcat” de le hol.

Ahifuifi un dosar cu idei

Nil reprezintă un sfat extraordinar, dar de obicei este neglijat. Calitatea l fjama itleilor sunt doi dintre factorii care fac diferenţa dintre paginile Uli Hill I pline de interes şi cele atât de palide şi de jalnice, încât nu le poţi Îmi wl nici măcar ca să aprinzi focul cu ele. De aceea, ar trebui să aveţi llll dosar în care să notaţi idei şi să adunaţi tăieturi din ziare şi reviste Vmv ar putea fi utile pentru un viitor articol. Obiceiul ar trebui cel puţin mi încurajeze o altă deprindere a jurnaliştilor de succes – lectură a numeroase ziare şi reviste. Pe llnă faptul că sunt la curent cu activitatea publicaţiilor concurente, acest obicei îi njuin mi, Cihino IUIC/e culturi generală – un alt atu care îi caracterizează pe Jurnaliştii buni.

Surse mai puţin evidente

Majoritatea ziariştilor au o gândire prea îngusta în ceea ce priveşte sursele. Dacă examinaţi însă ziarele naţionale de calitate, care aleg ceea ce este mai bun din ştirile cotidiene, veţi descoperi că sursele articolelor lor nu sunt deloc atât de convenţionale cum şi-ar imagina cineva. De exemplu, The Independent arc într-un număr obişnuit între 33 şi 38 de ştiri interne, în afară de rezumate sau rapoarte parlamentare. Un număr din decembrie 1999 cuprindea 36 de ştiri, grupate astfel în funcţie de surse:

Departamente sau agenţii guvernamentale 10

Surse neoficiale (contacte, observaţii) 5

Tribunale, anchete 5

Universităţi 3

Grupuri de presiune, sindicate etc. 3

Surse politice 3

Presa de specialitate 2

Companii comerciale 2

Reviste pentru publicul larg 1

Organizaţii internaţionale 1

Poliţie 1

Alte numere ale ziarului conţin mai mult articole bazate pe surse din poliţie şi subiecte politice şi mai puţin pe teme juridice, dar proporţiile nu variază foarte mult. Aceasta înseamnă că jumătate dintre articole se bazează pe surse neoficiale. Dacă ştirile guvernamentale le includ doar pe cele reprezentând anunţuri oficiale, nu şi pe cele aliate prin intermediul contactelor personale, atunci sursele neoficiale acoperă aproximativ 60% dintre articole. De aici reiese importanta stabilirii contactelor şi, în particular, a deschiderii jurnalistului elitre surse şi m!!... în neconvenţiourile. Lala cttivlI sugestii despre locurile mai puţin HVM cule în care pol îi găsite subiecte interesante.

Lhiiversit<l (iU> şi institutele de cercetare

He ud e vorba despre o cercetare medicală de pionierat, un studiu» I») C latina din regiunea dumneavoastră sau o investigare cu privire la ((KMIV clc pentru care bărbaţii poartă anumite culori la cravată, aceste Mil ne vor Furniza subiecte pe care niciun reporter nu ar îndrăzni să

le InveiltlZC. Unele sunt specializate, dar multe sunt de interes general. Npic exemplu, un institut situat în apropierea Moscovei, care se ocupă i îi cercetarea spaţiului cosmic, a studiat ani de zile compatibilitatea liptirilor de personalitate, astfel încât cei trimişi pe staţia spaţială Mir să mm NC ia la bătaie de cum părăsesc Pământul. Scriindu-l pentru cititorul Chiţliuil şi raportând rezultatele cercetării la felul cum se înţeleg indivizii Piro locuiesc într-un acelaşi apartament, şi nu într-o navă spaţială, veţi nliţliie un articol interesant pentru toată lumea.

Vir sa de specialitate şi presa alternativă

IImn aveţi pregătirea necesară pentru a putea citi astfel de publicaţii, IliniO observaţiile de mai sus se aplică şi aici. Presa mai puţin cunoscută Un (ara dumneavoastră merită, de asemenea, să fie citită regulat, luinalismul practicat de astfel de publicaţii este adesea neechilibrat, dar mm lucru e sigur – ele au acces la surse neconvenţionale. Unele dintre i ele mai bune subiecte ies mai întâi la lumină în astfel de ziare.

Cărţile

În l oHKŢ Macici Zaremba, un jurnalist de origine poloneză care lucra pentru cel mai important ziar suedez, Dagens Nyheter, a dezvăluit lllireagil poveste a modului în care, în Suedia, au fost sterilizate forţat peste 60.000 de femei, între 1935 şi 1976. Luciind împreună cu Oorcelătoarea Mai ja Runeis, care avea acces la arhivele Colegiului

Medicilor, Zaremba a descoperit, COM! Un couvin» cill uicelilţeuite în Suedia, că sterilizările nu fuseseră făcute pe ba/H de voluntariat. PetelO care rămâneau în urmă la învăţătură, care erau etichetate ea având utv comportament promiscuu sau care aveau conflicte eu autorităţile erau considerate „indezirabile”; reprezentanţi ai oficialităţilor le luau de acasă, le internau în clinici, apoi erau externate doar dacă acceptau şi fie sterilizate. Ştirea a făcut ocolul pământului, iar guvernul suedez a iniţiat o anchetă. Cum a ajuns Zaremba să afle acest lucru? A citit o carte practic necunoscută scrisă de doi autori suedezi, dar publicaţi numai în SUA.

Revistele esoterice

Nu sunt scrise pentru un public elitist, ci pentru oameni obişnuiţi, cu interese speciale. Multe dintre ele înfăţişează lumi (ca aceea a căutătorului de comori sau a grădinarului) în care cei mai mulţi dintre noi n-ar pătrunde niciodată în condiţii normale. Dar cumpărând o astfel de revistă sau ziar, ai acces la acea lume. Rareori se întâmpla să cumpăr o publicaţie de acest gen şi să nu văd, fie în secţiunea editorială, fie în cea publicitară, vreun subiect care l-ar atrage pe cititorul unui ziar de interes general. O revistă despre computere ar putea publica un articol despre un nou virus de calculator ce ameninţă sistemele de calcul din întreaga lume; o revistă despre maşini, unul despre un nou sistem antifurt pentru automobile; o publicaţie pornografică poate conţine o reclamă care să vă conducă pe

urmele unui subiect despre pornografia infantilă; o revistă de grădinărit – un articol despre modul în care bancnotele uzate pot fi transformate în îngrăşământ.

Organizaţiile internaţionale

Există mii şi mii de organizaţii internaţionale care dau publicităţii rapoarte, statistici şi informaţii, ţin conferinţe şi seminalii şi au în componenţă experţi care nu sunt contactaţi cu anii de jurnaliştii ziarelor centrale. Mare păcat. Astfel de organizaţii reprezintă una dintre marile

NIM ne neexploalate üc subiecte de presă, şi în niciun caz nu e vorba aillliai despic problemele globule, O mare parte a activităţii lor o! I pic/. Iută studiul său demersul pentru rezolvarea unor probleme speci-liie în anumite ţări. Mergeţi la o bibliotecă, găsiţi organizaţiile ce Itetlvează în zonă care vă interesează şi contactaţi-le. Organizaţia Naţiunilor Unite, spre exemplu, arc departamente specializate pentru problemele femeilor, dezastre, îngrijirea copiilor, sănătate, dezarmare, indicaţie, dezvoltare economică, aşezări umane, mediu înconjurător, în care, comerţ, refugiaţi, forţe de menţinere a păcii, populaţie, ajutoare ullnientare, alimentaţie, energie atomică, aviaţie civilă, forţă de muncă, liausporturi maritime, telecomunicaţii, industrie, drepturi de autor, meteorologic – într-adevăr, aproape toate domeniile din lume.

Anunţurile de mica publicitate

Lurualistul care nu citeşte anunţurile de mică publicitate din orice ziar îi pică în mina ratează una dintre cele mai bune surse de subiecte de

Interes uman. În definitiv, prin astfel de anunţuri comunică adesea între el acei membri ai rasei umane care nu sunt jurnalişti. De pildă, pe 2 mai %2, în secţiunea de anunţuri de mică publicitate a ziarului San imneisœ Examiner era plasat, de către doamna Gladys Kidd, urmă-lorul text:

Nu vreau ca soţul meu să moară în camera de gazare pentru o crimă pe care nu a comis-o. De aceea îmi ofer serviciile, pentru zece ani, ca bucătăreasă, îngrijitoare sau femeie de serviciu, acelui avocat de elită care îl va apăra şi îi va aduce achitarea.

Unul dintre cei mai renumiţi avocaţi din oraş, Vincent Hallinan, a văzut anunţul şi a contactat-o pe doamna Kidd. Soţul ei urma să fie judecat pentru uciderea unui bătrân vânzător de antichităţi, după ce amprentele sale fuseseră descoperite pe o sabie, pătată de sânge, din magazinul victimei. IV parcursul procesului, Hallinan a dovedit că viu/ihorul nu fusese ucis eu sabia. De asemenea, el a stabilit că amprentele (f sâugcic lui Kidd, fjttalle pe sabie, ajunseseră acolo pentru că, mai demult, se jucase cu urma respectivii în (hup ce făcea cumpărături! Împreună cu un prieten. Juriul l-a găsit pe Kidd nevinovat, iar I l-ai! Inan a declinat oferta doamnei Kidd. Există nenumărate exemple mai puţin spectaculoase de subiecte descoperite prin citirea anunţurilor: de lûj rusoaica atât de săracă, încât încerca să îşi vândă propriul fiu, până lti banda de hoţi de animale exotice care dădeau anunţuri pentru vânzarea animalelor rare etc.

Aniversările şi comemorările

Reprezintă o sursă nesecată de subiecte. Poate fi vorba despre aniversări ale zilei de naştere sau comemorări ale decesului, evenimente istorice sau ieşite din comun, aniversări „sociale” ca inventarea unor obiecto casnice sau alte repere ale vieţii de zi cu zi. Iar articolele despre astfel de date nu sunt neapărat „uşurele”. Documentându-vă pentru a scrie despre aniversarea a cinci ani de la un foarte mediatizat eveniment, puteţi, de multe ori, să descoperiţi vreun raport îngropat, un grup de persoane nedreptăţite sau un alt lucru care să aibă ca rezultat un articol important.

Alte domenii productive sunt: departamentele specializate ale poliţiei şi alte servicii de urgenţă (în special cele care se ocupă cu fraudele, infracţiunile din domeniul informatic, al artei şi antichităţilor); organizaţiile guvernamentale mai puţin cunoscute (precum cele care se ocupă de accesul public la proprietăţile funciare în schimbul unor taxe de moştenire mai mici sau de administrarea bunurilor persoanelor cu handicap mental etc.); investiţiile care garantează profituri foarte mari; schemele de afaceri de genul „îmbogăţeşte-te rapid” sau „nu riscaţi nimic”; instituţiile de credit (în special cele care au drept ţintă populaţia cu venituri mici); documentele publice nou apărute şi grupurile de presiune sau de ajutor reciproc care operează în domenii neobişnuite. Dacă vă deschideţi ochii şi urechile, veţi întâlni mult mai multe astfel de surse. Căutaţi lucruri neobişnuite, care nu par la locul lor,

chestiuni ce au nevoie de explicaţii. Primul meu subiect important ia avut în centru pe oamenii lipsiţi de adăpost de pe străzile oraşului unde locuiam în acea vreme. Am scris despre ci ca urmare a faptului est îl observam

IHNtplCU târziii, la intrarea în unele elflilirl sau în parcuri, şi le puneam liilichfirile de ha/îi ale unui reporter: „Cine V, De ce? „etc. Datorită Hirtel de articole pe care le-am publicat, foarte mulţi oameni au început Nil mă caute ca să-mi povestească experienţele lor, iar editorul mi-a încredinţat subiecte mai importante.

Subiectele pe care reporterii buni le evită

I kicil reporterii buni au vreun secret în afara muncii susţinute, atunci ut este este intuirea subiectelor care nu vor avea succes şi evitarea lor. Ei ţtlii că subiectele bune, cu excepţia unor circumstanţe extrem de rare, nu pot 11 aflate din comunicatele şi conferinţele de presă obişnuite, din trasul corespondenţei care soseşte zilnic la redacţie sau de la persoane ic dau telefon şi spun: „Am un subiect bun pentru tine! Subiectele Imiiic nu provin nici din sondaje făcute pe eşantioane mici, care deghizează fapte evidente într-un limbaj ştiinţific, care îşi propun să identifice noi grupuri sociale, subiecte legate strict de afirmaţiile unor persoane sau de evenimente organizate numai în scopuri jurnalistice, nun ar fi şedinţele foto, lansările de presă sau ştirile senzaţionale în nenp publicitar. Şi, mai presus de toate, subiectele bune nu provin din ţlirile de scandal.

Ştirile de scandal

Acestea au cunoscut o răspândire foarte mare şi au devenit o înşelătorie jurnalistică. Sunt legitime atunci când prezintă critici serioase la adresa unor iniţiative oficiale, dispute veritabile sau aprinse între cei care pot lui luenţa un rezultat; mult mai adesea însă, ştirile de scandal se întâlnesc llilr-o formă în care „scandalul" nu este mai mult decât o invenţie a vreunui reporter dornic de false drame. Se întâmpla ceva ori se face o Itllmiaţic, iar un reporter îi dă un telefon vreunui cunoscut gură-spartă care se apucă să acuze, să protesteze sau să ceară iniţierea unei anchete. Acest echivalent jurnalistic al pescuitului într-un lighean este apoi înzorzonatei! Un titlu de genul „Scandal în logfiturti cu, /, „Controversb asupra..." sau chiar „Furie generală în cazul...". Kü/Allllllul îl constituia o serie de ştiri extrem de previzibile, care au substanţă doar în paginile unui ziar, {

O altă formă obişnuită constă în prezentarea unei ştiri drept controversă, în încercarea de a „împrospăta" un eveniment care a avut loc sau care a fost anunţat mai devreme în cadrul ştirilor. Presupuşii opozanţi sunt rugaţi să comenteze, iar părerile lor diferite sunt prezentate în lead sub forma: „Un imens scandal a izbucnit aseară în legătură cu... Dincolo de exagerările de limbaj de genul „imens" şi „a izbucnit", această abordare nu are nicio valoare. Ca lead, diminuează impactul ştirii, în loc să îl potenţeze.

Cu toate acestea, testul final al ştirilor „de scandal" este următorul: aţi auzit vreodată cititori

care să discute o ştire „de scandal” în termenii prezentaţi în ziar?

Există două tipuri de jurnalism: jurnalismul care încearcă să spună adevărul şi jurnalismul care tratează ştirile drept showbiz.

Max Hastings

Capitolul 5

Documentarea

Când e trezit în miezul nopţii, un pompier trebuie doar să îşi tragă pantalonii şi să stingă focul. Reporterul trebuie să spună unui milion de oameni cine a aprins chibritul şi de ce.

Mort Rosenblum, de la Associated Press

Nu trebuie să pierdeţi prea mult timp editând şi evaluând o ştire ca să vă daţi seama de un lucru evident: cel mai des întâlnit motiv pentru care ţii iile eşuează nu îl reprezintă neajunsurile redactării, citatele şchioape, ni structura deficitară, ci o documentare insuficientă. În jurnalism, h n/ele frumoase nu pot masca acest lucru. Fie aveţi materialul de bază, tic NU-l aveţi.

Dacă îl aveţi, atunci puteţi scrie o relatare clară, fără lacune, cu o abordare foarte originală, cu exemple sau anecdote adecvate şi cu un Nul al perspectivei. Articolul poate fi dens şi solid, fără fraze de piisos, deoarece nu e nevoie de aşa ceva.

Dacă nu aveţi materialul de bază, atunci articolul va fi lipsit de Coerentă şi nesigur, lapidar în informaţii şi explicaţii. Va fi ambiguu, iftsiillal şi plicticos. În cel mai bun caz, va fi ceea ce redactorii-şefi INimesc „o tură în jurul blocului”, adică o prezentare a celor mai evidente şi mai

cunoscute aspecte legate de subiect.

(e trebuie deci să faceţi ca să obţineţi suficient material de calitate? Mai întâi, trebuie să ştiţi, în mare, ce anume căutaţi. În al doilea rând, trebuie să ştiţi de unde puteţi obţine acest lucru sau, cel puţin, unde sau pe cine să întrebaţi.

Ce ar trebui să căutaţi

Trebuie să începeţi cu clementele de bază: cine, ce, unde, când, cum şi de ce – dar nu vă opriţi aici. Este nevoie, mai presus de loate, de detalii şi de exemplificări care să ilustreze informaţiile esenţiale Aceste informaţii suplimentare fac de obicei diferenţa dintre o versiune obişnuită a unui eveniment şi o versiune bună. Luaţi ca exemplu o ştire importantă dintr-o zi oarecare şi analizaţi versiunile ei diferite din diverse ziare. Veţi observa bogăţia de detalii ale unora, în comparaţie cu altele

I

Detaliile

Aflarea detaliilor are o importanţă crucială în documentarea de calitate. Dacă relataţi un incident, trebuie să stabiliţi o cronologie a celor întâmplate, astfel încât să puteţi derula în minte „filmul” evenimentelor. El nu va fi niciodată complet, cadru cu cadru, însă trebuie să încercaţi. Nu veţi folosi toate aceste detalii, dar, până nu începeţi să scrieţi articolul, nu ştiţi care sunt cele mai relevante detalii. Aproape că niciun amănunt nu este prea insignifiant ca să fie reţinut, deoarece chiar şi cele mai mărunte detalii pot contribui la valoarea articolului, într-o măsură mai

mare decât importanţa lor factuală. De exemplu, în relatarea unei crime se poate include afirmaţia că a fost comisă în zona rurală şi se poate preciza şi data: 1 mai. Dar dacă relataţi că a fost comisă la ferma Sunnybank, de Arminden, ştirea îşi măreşte imediat impactul. Şi mai bine ar fi să vă deplasaţi la faţa locului şi să descrieţi scena – grădina în care a fost găsită arma (abandonată lângă tufele de fasole cățărătoare), pereţii roz ai bucătăriei, florile dintr-un borcan aflat lângă uşa din spate etc. De multe ori, anumite secţiuni sau chiar întregul articol pot fi construite pe baza unor amănunte foarte mărunte, iar detaliile cele mai valoroase sunt cele neaşteptate, fie ele relevante sau aparent lipsite de legătură cu evenimentul.

Detaliile capătă importanţă mai ales atunci când scrieţi un articol, după ce subiectul a fost deja prezentat cu o zi sau două mai devreme. Marele Bill Connor („Cassandra” de la Daily Mimn) şi a central

IlliMNillceren la articolul său despic moartea lui Stalin scris la câteva flit1 după eveniment pe amănuntul că hălrânul tiran care condamnase iihi. I dintre conaţionalii săi la o moarte prematură a decedat în patul Mlu, la virală de 73 de ani, „în aşternutul lui călduros”.

Anecdotele

A» elenşi observaţii se aplică şi în cazul anecdotelor şi exemplificărilor. Itili lui ar trebui să fie lungi (altfel vor diminua impactul ştirii); adesea, iele mai bune anecdote din cadrul unui articol sunt incidentele ori llllttliplările rezumate

în una sau două fraze. O ştire referitoare la o lioim Ire excentrică luată de primăria unui orăşel va fi mult mai atractivă îl. H.1 puteţi evoca uncie evenimente din trecut; nu trebuie să fie decât Uliu sau două întâmplări istorice, menţionarea câtorva dintre cele mai i lllioseulc personalităţi născute acolo sau chiar un lucru foarte simplu, i a, de exemplu, o inscripţie de pe un mormânt din cimitir. Fiţi siguri însă i ÎI aceste clemente vor fi mult mai interesante şi vor avea o valoare de lui în mare mai mare decât nişte citate din declaraţia unuia dintre protagonişti.

Huulalul

(Me un clement care necesită documentare în cazul tuturor ştirilor, t hliir şi al celor mai scurte. Ar trebui să identificaţi cadrul, contextul şi pili Ele relevante ale istoricului subiectului sau problemei. Acestea pot Iun lortua unui paragraf sau două de genul: „până în prezent” ori a unei iMorü concise a subiectului sau chestiunii respective. Ar putea fi chiar îl analogic sau o comparaţie mai extinsă. De exemplu, un articol despre încercările din ţara sau oraşul dumneavoastră de a se limita folosirea ÎI III şi ni lor în zonele urbane poate fi mai bun dacă includeţi câteva elemente legate de politicile adoptate în alte zone sau ţări (precizând lllicil; ui dat sau nu rezultate). Ştirile sunt rareori cu totul şi cu totul llicdile: ele lac parte dintr-un continuum.

Perspectiva

Uneori, contextul poate fi partea vitală a articolului, deoarece prezintă faptele sau evoluţia

lor dintr-o perspectivă adecvată, deşi mai puţin spectaculoasă. Acest lucru este foarte important în cazul în care cineva emite avertismente înfiorătoare legate de sănătate sau de siguranţa publică. De exemplu, ştirile legate de riscurile pentru sănătate prezente în mediul înconjurător pot fi adesea exagerate într-un mod nejustificat, dacă nu se abordează o anumită perspectivă. Vi s-ar părea o ştire bună faptul că o mostră de apă de mare conţine 6.000 de molecule de otravă? S-ar putea să credeţi că va ajunge pe prima pagină, până în momentul în care aţi afla că acesta ar fi rezultatul şi dacă o jumătate de litru de otravă ar fi dizolvată în mod egal în apă din toate oceanele lumii. Multe ştiri legate de pericolele pe care le prezintă pesticidele ar putea fi puţin mai inteligente şi realiste dacă riscurile ar fi comparate cu cantităţile de substanţe chimice toxice care se găsesc în mod natural în busuioc, alune şi ciuperci.

Unii jurnalişti consideră că avem misiunea de a dramatiza totul, dar, dacă vă gândiţi puţin, vă veţi da seama că această abordare este destul de stupidă. Gândiţi-vă cum reacţionăm faţă de persoanele cunoscute care dramatizează întotdeauna realitatea. În cele din urmă, le etichetăm drept naive, sâcâitoare, în care nu se poate avea încredere. De ce ar gândi altfel despre noi cititorii, dacă omitem contextul şi perspectivă şi exageram fiecare ştire?

De unde obţineţi aceste elemente

Documentarea înseamnă aflarea locului unde

sunt – sau ar putea fi – ascunse secretele. Prin urmare, trebuie să încercaţi în permanenţă să căutaţi potenţiale surse, nu doar informaţii. Aceste surse se clasifică în trei categorii: surse online (care vor fi prezentate într-un capitol separat), surse umane şi surse tipărite.

Sursele umane

A» esica sunt cele mai familiare surse, în care sunt incluşi atât purtătorii le cuvânt, politicienii şi oficialii contactaţi cu regularitate, cât şi persoanele hi care poate discutaţi o singură dată şi atât. De asemenea, cuprind şi prin Noanele pe care cei neexperimentaţi nici nu ar visa să le contacteze. Daeit există vreo regulă de aur a documentării eficiente, aceasta este: Îmi va fie niciodată frică să întrebaţi. În cel mai rău caz, veţi primi un hispuns negativ, dar adesea veţi fi uimit de ajutorul pe care îl veţi primi. Imn mai jos alte sfaturi utile.

Adunaţi în permanenţă numere de telefon. Instrumentul primar de lucru este, evident, o agendă cu persoane de contact bine pusă la punct, llclaliată, cuprinzând adresele lor, numerele de telefon şi fax. Când veţi iamine singur în birou, noaptea târziu, şi veţi avea nevoie neapărat de o Informaţie vitală, vă veţi da seama cât de bună este agenda dumneavoastră. Trebuie să notaţi absolut toate numele şi numerele de telefon i arc vi se comunică sau de care puteţi face rost şi să faceţi apel la toate mijloacele posibile pentru a afla şi altele. Obţineţi-le de la colegi şi de la rivali, iar când citiţi ziare sau reviste, notaţi-vă numele

specialiştilor cure vi se par utili şi încercaţi să aflaţi numerele lor de telefon. Dacă uneori vi se pare – cum mi se întâmpla adesea şi mie – că nu veţi mai avea niciodată nevoie de numărul unei persoane, nu faceţi greşeala de ani la să-l treceţi din carne tul de notiţe în agendă. Puteţi fi absolut M.I. Urcă va veni un moment în care lipsa lui se va dovedi o reală problemă.

Foarte mulţi oameni sunt plătiţi ca să vă ajute. Există mai mulţi naiiicni decât vă puteţi imagina al căror rol pe această planetă este de a veni în sprijinul jurnaliştilor. Chiar dacă ei nu ştiu aceasta, aşa este. Cele lacuri are Ţara Lacurilor? Ce adâncime are oceanul acela? Ce înălţime arc muntele acesta? Există cineva la o ambasadă, la un centru de turism sau la un centru pentru vizitatori care vă poate oferi imediat răspunsul. Dacă aveţi nevoie de informaţii imediate, corecte, factuale, adresaţi vă mai iuţii crini care sunt plătiţi pentru a promova sau a informa publicul cu privire (a subiectul respectiv, tuli u [, \\, \ca Marea Britanie există zeci de mii de astfel de oameni. Apelaţi la serviciile lor.

Pentru orice subiect, există pe undeva un expert. Există un număr surprinzător de oameni şi de locuri prin intermediul cărora puteţi intra rapid în contact cu experţi specializaţi în unele dintre cele mai obscuro aspecte ale vieţii. Asociaţiile ori sindicatele profesionale şi muzeele specializate au adesea un expert angajat, iar în caz contrar, vă pot pune în legătură cu unul. De exemplu, să presupunem că vreţi să staţi de vorbă cât mai

repede cu cineva despre salvările maritime. Puteţi contacta telefonic muzeul maritim naţional, un sindicat al scafandrilor, o companie de asigurări de mijloace de transport naval, biroul de presă al marinei, redacţia unui ziar de istorie maritimă sau chiar biblioteca unui oraş de coastă – şi aceasta înainte de a căuta pe Internet sau în arhiva ziarului numele unor experţi menţionaţi în alte articole legate de acelaşi subiect etc. Anumite instituţii, cum ar fi bibliotecile şi muzeele locale, au o bază de date cu experţi în cele mai obscure domenii.

Când aveţi de ales, reflectaţi înainte de a decide pe cine contactaţi. O greşeală frecventă în procesul de documentare o reprezintă contactarea unei persoane nepotrivite. Multe dintre informaţiile de care aveţi nevoie sunt cunoscute de o varietate de surse, dar unele persoane vă pot ajuta mai mult decât altele. De exemplu, dacă vreţi să aflaţi ce adaos comercial se practică în magazine la încălţămintea de export, nu sunaţi la biroul de presă al unui magazin. Vor deveni tensionaţi la simpla menţionare a sintagmei adaos comercial, mai ales că vreţi să-l aflaţi chiar pe cel practicat de ei. În schimb, adresaţi-vă unui angrosist sau unui producător. Apoi mergeţi la magazine pentru a obţine unele comentarii.

Faceţi apel la mass-media. Odată, am auzit că o profesoară rusoaică, reţinută de autorităţile de imigraţie din San Francisco, SUA, urma să fie expulzată în împrejurări neobişnuite. Părea un subiect interesant. Problema era că nu aveam

numerele de telefon ale apropiaţilor femeii sau ale autorităţilor americane; ambasada SUA din Moscova era închisă şi trebuia să facem un articol în termen de o oră. După câteva încercări eşuate, am sunat la biroul Associated Press din Moscova, am obţinut un număr de la biroul lor din San Francisco, am telefonat acolo şi, imediat.

Hill primii toate numerele pe care le voiam, plus cel al soţului american ni profesoarei şi cele ale celor ce organizau o campanie de sprijinire a» nu/ei sale.

/în<lrazne (i. Cele mai dezamăgitoare cuvinte pe care le poţi auzi din gura unui reporter sunt: „Nu pot afla”. Serios? În 99% dintre ni/un puteţi fi absolut sigur că nu este aşa şi veţi fi în stare să sugeraţi iei puţin încă două locuri în care reporterul nu a fost. Aproape întotdeauna există un loc unde puteţi obţine informaţia pe care o doriţi. Îiuaginaţi-vă următoarea situaţie: sunteţi în redacţie, la ora 10 seara, şi jiu/îţi că un conaţional al dumneavoastră a fost arestat în Florida pentru în armat sau trafic cu arme. Ce-i de făcut? Ambasada SUA e închisă, la consulatul ţarii dumneavoastră din Miami nu răspunde nimeni la telefon, iar biroul FBI din New York nu cunoaşte nimic despre acest raz, la fel ca şi biroul Associated Press din oraş. Când acest lucru mi s-a întâmplat şi mie, am sunat la biroul American Express din Miami, am prelins că sunt un deţinător de carte de credit (ceea ce era adevărat, dar putea să nu fie – n-ar fi verificat niciodată) şi i-am rugat să-mi dea numerele de telefon ale

poliţiei locale, procuraturii şi închisorii. Şi în acest caz, în scurt timp am obţinut informaţiile necesare pentru a scrie articolul.

Sursele tipărite

Lixislă două tipuri majore de surse tipărite: cărţile şi ziarele (plus tăieturile din ziare).

Cariile şi cataloagele. Uneori, reporterii pot petrece ore întregi încercând să obţină o informaţie care zace nevinovată într-o lucrare de referinţă, pe un raft din apropiere. Ca şi în cazul surselor umane, licbuic să ştiţi ce anume este disponibil şi unde se poate găsi. Aceasta implică şi cunoaşterea unor bibliotecari care vă pot ajuta. Veţi fi surprins rit de des astfel de oameni vor căuta pentru dumneavoastră o informaţie doar pentru simpla plăcere de a dovedi că sunt capabili de acest lucru.

Pentru jurnalişti, cărţile sunt utile din patru puncte de vedere: pentru a verifica ortografia unor cuvinte şi datele, pentru a obţine informaţii generale, pentru a alla numele unor surse potenţiale «Im anume etc. Şi pentru a găsi fapte istorice sau anecdote care să îmbogăţească un articol, Singura precauţie legată de primele trei categorii este să vă asiguraţi că ediţia pe care o consultaţi e recentă.

În practică, presiunea timpului nu permite întotdeauna frecventarea bibliotecii, iar folosirea surselor tipărite depinde de obicei de ceea ce se] găseşte la îndemână, acasă ori la redacţie. Din acest motiv, căruia i se-adaugă apetitul meu natural pentru lucruri minore şi pentru aşa-

numitelo! „informaţii inutile” (adesea foarte utile), mi-am alcătuit de-a lungul anilor o colecţie destul de mare de cărţi despre evenimente neobişnuite* în momentul în care scriu aceste rânduri, pe rafturile aflate deasupra capului meu se găsesc cărţi cu evenimente ordonate după date, crono-ţi logii, cărţi despre testamente, despre viaţa sexuală şi originile obscure/ale unor celebrităţi, biografiile unor persoane excentrice, cărţi despre etimologii ale proverbelor şi sintagmelor, despre oameni care au inspirat personaje celebre din literatură, despre reclame ciudate, pionieri în diverse domenii, invenţii, enciclopedii de crime, poveştile din spatelij unor elntece etc. Toate acestea au fost sursă unor paragrafe minunate din articole şi rubrici permanente şi uneori mi-au oferit material pentru articole întregi.

Articolele din alte ziare considerate ca sursă. Adesea, se obişnuieşte să vi se indice un articol dintr-un alt ziar şi să vi se ceară să scrieţi despre acelaşi lucru. Ar trebui să încercaţi o nouă abordare, nu doar să rescrieţi articolul respectiv. Dacă nu reuşiţi să găsiţi surse proprii care să vă ajute să veniţi cu informaţii noi, iar editorul insistă să predaţi articolul, atunci daţi citate şi menţionaţi ziarul respectiv că sursă. Cel mai bine ar fi să identificaţi o sursă acceptabilă, care să comenteze ştirea.

Selecţiile din alte ziare trebuie tratate cu cea mai mare grijă. Ceea ce este tipărit nu este neapărat şi corect. E posibil să fi apărut corecturi ulterioare sau să fi devenit subiectul unor acţiuni

în instanţă – fapt care se aplică la fel de bine şi presei online, arhivelor şi altor baze de date.

Şi feriţi-vă de afirmaţia: „Toată lumea scrie despre asta, aşa că trebuie să fie adevărat”. În toamna lui 1989, când – pe alunul (Vhoslovaeia nu în pragul a coca ce vu deveni „revoluţia de catifea”, o tânără a de i lunii reporterilor că ofitorl ai poliţiei de stat omorâseră în bătaie un Muticul pe mime Martin Slllid. Articolul a apărut în presa locală, iar minimii au început să viziteze locul unde murise Smid, loc care în scurt tlmp a căpătat aura şi stalului unui pământc sfinţit. Reuters a publicat ţilmt, Iar Agenţia France Presse a pretins că trei oameni fuseseră unim îţi

Associated Press nu a prins ştirea. Şefii agenţiei nu erau prea mulţumiţi tio biroul lor de la Praga şi au cerut să se recupereze rapid terenul plordut. Corespondentul local era Ondrej Hejma, un chitarist care îmbina gazetăria cu muzică rock fără să facă rabat de la niciuna dintre o Neacordând credit nici unuia dintre precedentele articole despre Nniid, el a început să facă „săpături”. Împreună cu soţia sa, medic de profesie, a mers la toate spitalele şi morgile locale, încercând să găsească K< cineva care îl îngrijise pe Smid sau care trebuise să se ocupe de iiidavrul acestuia – orice indiciu. Nu a găsit nici cea mai mică urmă în lllirc să dovedească veridicitatea cazului Smid, iar câteva zile mai târziu Muniţiile rivale erau nevoite să anunţe că Smid, oricine şi oriunde ar fi Inul, nu murise pe acel trotuar din Praga.

Niciun sistem de contrainformaţii, niciun gen de birocraţie nu poate oferi informaţiile pe care le descoperă reporterii aflaţi în competiţie; cei mai inteligenţi agenţi secreţi le sunt inferiori reporterilor care sapă după informaţii într-un sistem democratic.

Harold Evans

Capitolul 6

Controlaţi-vă sursele, nu le lăsaţi să vă controleze

Faptul că un om lucrează ca reporter la un ziar dovedeşte că are defecte de caracter.

Lyndon Baines Johnson, preşedinte al SUA, 1963 – 1968

(! U douăzeci de ani în urmă, sursele normale dintr-un oraş de mărime (Medic aveau probabil de-a face cu câteva ziare, un post de radio şi un pOML local de televiziune. În prezent, numărul de mijloace de informare a crescut atât de mult, încât orice sursă oficială locală trebuie să ofere Informaţii pentru aproximativ două ziare, mai multe publicaţii gratuite.

O revistă locală specializată pe informaţii din domeniul afacerilor, poate tintlil posturi de radio, unui TV, trei canale de televiziune prin cablu şi un număr crescând de pagini web consacrate ştirilor sau comunităţii.

Această dezvoltare a accelerat tendinţa instituţiilor oficiale de a lăsa relaţiile cu presa pe seama unor profesionişti. De asemenea, a însemnat

1 icşterea numărului de jurnalişti aflaţi în

căutare de informaţii, acolo Miale odinioară îi numărai pe degete. Astăzi, de obicei sunteţi unul dintre ici mulţi şi descoperiţi că nu discutaţi cu anumite persoane care vă Interesează, ei cu purtătorii lor de cuvânt. Prin urmare, devine cu atât lliai necesar să ştiţi cum să vă controlaţi sursele în mod profesionist şi nun să exploataţi cât mai eficient canalele de informare la care oficialităţile ar prefera să apelaţi iar uneori să le manevraţi în favoarea dumneavoastră. Deşi majoritatea relaţiilor cu sursele sunt tranzacţii directe, rutinate, din care ambele piliţi au de câştigat, cnhiii momente în care luaţi parte la un joc al inteligenţei extrem de competitiv, alaiuri de surse, pentru a vă asigura că în ziar va ajunge versiunea cea mai completă şi cu impact mai mare, şi nu cea pe care o preferă ele.

Indicaţii pentru relaţiile cu orice sursă

Înainte de a analiza particularităţile relaţiilor cu sursele oficiale, tehnicile de management al ştirilor, sursele discutabile, precum şi alte riscuri, iată câteva indicaţii-cheie pentru relaţiile cu orice sursă.

Întotdeauna specificaţi clar că lucraţi ca reporter

A proceda altfel înseamnă a păcăli oamenii ca să vă ofere informaţii, ceea ce nu este doar lipsit de onestitate, ci şi riscant. Adesea, oamenii vorbesc foarte deschis, până ce îşi dau seama că sunteţi jurnalist. După aceea devin mult mai defensivi şi încep să filtreze informaţiile. Aceasta se datorează faptului că, în loc să-şi păstreze

anonimatul, trebuie acum să-şi asume o anumită responsabilitate faţă de calitatea acestor fapte. Ascunzând că sunteţi reporter, e o modalitate bună de ai face să exagereze, aşa cum procedează adesea oamenii în conversaţiile informale. Capitolul consacrat jurnalismului de investigaţie (capitolul 10) prezintă situaţiile foarte rare în care trecerea sub tăcere a calităţii de jurnalist se justifică.

Fiţi onest faţă de surse

Chiar dacă nu vă vine să credeţi, jurnalismul seamănă foarte mult cu viaţa reală. De aici derivă un adevăr fundamental, conform căruia, dacă vreţi că sursele să vă ajute, o atitudine prietenoasă, onest;! Şi plină de fairplay dă mai multe rezultate decât hărţuirea, înşelătoria's; ui intimidarea. Cel mai important este să daţi dovadă de fairplay, Ducii sursele sunt criticate sau acuzate că au lacul ceva rău, trebuie nu doar să prezentaţi iten/aţille, ci să le şi iicorclii (l timpul necesar pentru a da explicaţii. Zece Hilnule înainte de închiderea edifici nu sunt suficiente.

Verificarea faptelor şi citatelor

Ducii îi arătaţi unei surse articolul, înainte de publicare, e ca şi cum i-aţi cere să vă cenzureze. Motivul invocat de obicei este şansa de a corecta posibilele erori factuale – iar dacă daţi crezare acestui lucru, probabil Mnteţi dispus să credeţi orice. A-i arăta cuiva ceea ce ar fi descris, Inevitabil, ca „variantă" a articolului încurajează ideea că îi este prezentată pentru aprobare şi, prin urmare, pentru posibile modificări. Jurnalistul n

rhu le să producă un articol coerent, şi nu un material care să constituie o bază de negociere cu subiectul.

Retractarea afirmaţiilor

De multe ori, o sursă sau un subiect afirmă ceva faţă de un reporter, iar ulterior regretă acest lucru. Nu are niciun rost ca un jurnalist să facă efortul de a obţine informaţii valoroase de la oameni dacă le oferă apoi posibilitatea de a-şi retracta afirmaţiile. Totuşi, dacă sursele vor să-şi revizuiască declaraţiile, trebuie să le permiteţi acest lucru, dacă nu cumva aveţi motive foarte întemeiate să credeţi că este vorba despre un subterfugiu – caz în care daţi publicităţii atât declaraţiile anterioare, cât; îl >e cele ulterioare. Altfel se pune problema în cazul surselor ce doresc Mă retracteze cele spuse pe motiv că riscă să-şi piardă slujba. Rezolvaţi aceste cazuri printr-o investigaţie atentă, apoi încredinţaţi cazul unui redactor-şef. Reporterii nu trebuie să se joace de-a Dumnezeu; lăsaţi aceasta în seama editorilor.

Plata

Aceasta este încă una dintre responsabilităţile pe care reporterii le-o pol transfera editorilor, şefii decid dacă îşi pot permite – din punct de vedere financiar sau moral – să plătească pentru informaţii. Pericolele acestei practici sunt evidente. În primul rând, se creen/ÎI 11 piaţă, iar oamenii implicaţi în evenimente sunt încurajaţi să prellndă bani. În al doilea rând, cei care oferă informaţii contra cost au o credibilitate redusă. Ei ştiu că suma va fi mai mare dacă ştirea

are un impact puternic, aşa că sunt direct motivaţi să inventeze ori să „înflorească” ceea ce declară. În urmă cu câţiva ani, The Sun, cel mai popular ziar din Marea Britanie, a trebuit să-i plătească lui Elton John o despăgubire de un milion de lire pentru calomnie, deoarece a publicat o poveste inventată, vândută de un homosexual care practica prostituţia. Nu este singurul exemplu de acest fel. Totuşi, există şi situaţii în care înşelătoriile unor persoane publice au fost demascate datorită unor declaraţii remunerate. Dacă lucraţi la un tabloid cu un public foarte larg, tentaţia de a plăti pentru informaţii este de înţeles.

Acestea sunt autorizate să vă ofere informaţii – începând cu proprietarul magazinului de la colţul străzii, care comentează cum merg afacerile, şi până la purtătorul de cuvânt al primului-ministru, ce face o declaraţie asupra motivelor demisiei acestuia. Ele sunt extrem de variate, de la cele care vor să vă ajute la cele reticenţe, de la cele experte la cele total lipsite de competenţă. Dacă ştiţi cum să le abordaţi, marea majoritate devin utile.

În ceea ce priveşte relaţiile cu reprezentanţii departamentelor de presă şi de relaţii cu publicul, „autorizat” nu înseamnă întotdeauna „bine informat”. Unii ştiu multe despre organizaţiile din care fac parte şi pot răspunde la întrebări detaliate. Alţii sunt simpli intermediari, care comunică întrebările persoanei oficiale în măsură să răspundă şi apoi transmit înapoi răspunsul, cu

o inevitabilă lipsă de spontaneitate – şi fără să vă acorde şansa de a mai pune alte întrebări. Din acest motiv, încercaţi să menţineţi relaţii cu funcţionarii oficiali care vă pot oferi informaţii în mod direct, fără intermedierea unui purtător de cuvânt.

În ultimii ani, au avut loc schimbări majore în ceea ce priveşte modul de gestionare a relaţiei cu presa de către marile organizaţii comerciale, politice şi guvernamentale. În mediul jurnalistic s-au iscat multe discuţii şi cu pilvirc la inechităţile pe care le presupun „managementul ştirilor” şi „managerii de imagine”, liste vorba despre faptul că aceste instituţii au început să angajeze purtători de cuvânt pentru relaţiile cu presa ce K’prezintă o provocare intelectuală mai mare pentru jurnalişti decât până în uni, Rezultatul este o abordare mai sofisticată, deşi rareori mai subtilă, a relaţiilor cu presa, principala ei trăsătură fiind faptul că e proactivă, nu doar reactivă. Nu trebuie să pierdeţi din vedere cele ce urmează.

Managerii de imagine

Folosită adesea nejustificat în legătură cu toţi oamenii din domeniul rotaţiilor cu publicul, sintagma descria, la început, persoanele care lucrau într-o campanie electorală şi a căror îndatorire era să discute cu jurnaliştii după publicarea rezultatelor sondajelor, după dezbaterile illntre candidaţi etc. Şi să ofere interpretări favorabile imaginii partidului respectiv. În mod greşit, termenul a început să fie

aplicat aproape în icărci persoane care lucrează în domeniul relaţiilor cu publicul său al Imaginii publice. Un veritabil manager de imagine este o persoană Implicată în domeniul politic, care este purtător de cuvânt sau adjunct al nuci persoane oficiale. Pe lângă declaraţiile şi conferinţele de presă obişnuite, aceste persoane oferă presei interpretări ale evenimentelor în lavoarca şefului lor, încearcă să anticipeze ştirile cu impact negativ (şi <fi abată atenţia de la ele) şi încearcă să manipuleze expectanţele într-un mod util cauzei respective.

În această ultimă situaţie, managerii de imagine reuşesc să-i manipuleze le majoritatea jurnaliştilor. De exemplu, atunci când se tem de publicarea iminentă a unor ştiri nefavorabile, îi înştiinţează pe jurnalişti că se aşteaptă la rezultate dezastruoase, astfel încât, în momentul în care rezultatele reale sunt făcute publice, ei pot pretinde că, de fapt, au obţinut un veritabil succes. Frecvenţa acestui gen de abordare nu pare Sit i zădărnicească succesul.

Cu toate acestea, adevăraţii manageri de imagine au un mare avantaj asupra celor mai puţin importanţi din breaslă. Sunt apropiaţi, adesea foarte apropia (i se şeful lor, iar (oale declaraţiile lor ol în Inie au o maro autoritate. De asemenea, îşi petrec o mare parte din timp tăspunzând destul de direct la întrebări de rutină, iar majoritatea sunt surse extrem de preţioase. Aveţi însă grijă să vă luaţi măsuri de precauţie; întrebaţi-vo mereu: „De ce mi-a spus asta?”

Managementul ştirilor

Organizaţiile, fie ele publice sau private, comerciale sau politice, au de obicei foarte multe rapoarte şi declaraţii pe care doresc ori sunt nevoite să le facă publice. Ideea că ar trebui să aleagă cea mai avantajoasă modalitate şi cel mai prielnic moment pentru a face acest lucru nu este foarte şocantă. Într-adevăr, adesea, acest „management al ştirilor” se dovedeşte util, oferindu-le jurnaliştilor suficient timp pentru a-şi scrie articolele sau evitând suprapunerea dintre dezvăluirea unui raport şi un alt eveniment important.

Cu toate acestea, e implicată şi o doză de manipulare. Ea se manifestă în principal în trei moduri şi aproape întotdeauna are legătură cu informaţiile despre care organizaţia crede că vor avea un impact negativ. Mai întâi, este vorba despre strategia de a calcula momentul în care o informaţie este dată publicităţii, pentru ca acesta să coicidă cu cel mai puţin convenabil interval din media – de exemplu, seara târziu sau spre sfârşitul unei zile de vineri. Şansele ca ştirea respectivă să fie ignorată sau tratată superficial sunt astfel destul de mari. În al doilea rând, există strategia prin care principala perspectivă a ştirii este strecurată unui ziar favorabil, în speranţa că, în momentul în care ceilalţi au aflat sau au primit informaţiile prin canale oficiale, subiectul nu va mai fi de actualitate ori se va fi conturat deja într-un mod convenabil. A treia strategie este îndulcirea unei pastile amare cu ajutorul unor

fragmente de informaţii pozitive pe care se pune mai mult accent.

De exemplu, în 1999, guvernul britanic trebuia să facă publice noile liste de aşteptare pentru spitale. Ştiind că cifrele nu erau la înălţimea aşteptărilor şi înecrcând să evite titlurile nefavorabile din ziare, informaţiile au fost făcute publice în aceeaşi zi în care erau comunicate

IM/iiltnlolc la examenele şcolare anuale (cu convingerea cil această ştire impoilaulă avea să pună în umbră datele referitoare la spitale). De ttwnienen, guvernul a adăugat cifrelor cu privire la spitale şi o informaţie li. Pic un fond de 30 de milioane de lire alocat pentru ameliorarea nlluatiei. Strategia a funcţionat. Toate ziarele au acordat puţin spaţiu ţi li îi respective, iar în ziarul meu au apărut doar trei paragrafe în milllile de dimineaţă. Când am realizat ce se întâmplase (cifrele arătau Vii listele de aşteptare crescuseră cu 64% în doi ani), am mutat articolul în pagină a doua. Singura modalitate de a vă proteja împotriva acestui pu de management al ştirilor este să vă folosiţi inteligenţa.

Hvstricţionarea accesului la informaţii

Uneori, organizaţiile sunt atât de nemulţumite de reflectarea activităţii lor în presă, încât pur şi simplu interzic accesul la informaţiile legate de ele. Liste o practică dură şi rar întâlnită, care apare de obicei numai în jurnalismul cultural, atunci când o recenzie nefavorabilă deranjează atât de mult un teatru sau o galerie de artă, încât instituţia interzice criticului respectiv să mai scrie

despre ea. Îndeosebi industria pare predispusă la acest gen de cenzură. În SUA, potrivit unui studiu întreprins de llniversity of Southern California, jurnaliştii au fost excluşi de la premierele unor filme sau li s-a interzis să scrie despre un studio, din cauza i datărilor lor anterioare şi pentru nerespectarea interdicţiilor. De exemplu, Judy Gerstel a scris un articol despre reacţia lipsită de entuziasm a publicului faţă de filmul Hook, pentru Detroit Free Press, şi a fost „excomunicată" prompt de studioul respectiv, iar curând a aflat că alte două studiouri (Warner şi Universal) renunţaseră la serviciile ei. Până la turnă, nu există nicio soluţie. Informaţiile sunt proprietatea studioului respectiv, care are dreptul legal, dacă nu chiar şi moral, de a face cu ele ce doreşte. Drept reacţie, ar trebui să se aducă la cunoştinţa publicului încercarea de manipulare şi să se încerce să se obţină sprijinul altor publicaţii. În definitiv, data viitoare ar putea fi rândul lor.

Relaţiile cu sursele neautorizate

Este vorba despre sursele care nu sunt autorizate să vă ofere informaţiile pe care vi le aduc la cunoştinţă. Poate fi vorba despre „ciripitori" bine plasaţi într-o organizaţie sau despre o persoană care nu are nicio legătură oficială cu informaţiile respective. Acestea pot să vă pună la dispoziţie documente ori să vă ofere doar sugestia de a face cercetări într-o anumită direcţie. Invariabil, informaţiile provenite de la aceste surse vor fi contestate, cel puţin la început, iar aproape întotdeauna respectivii nu vor dori să

le apară numele în articol. Uncie dintre cele mai bune ştiri provin din astfel de surse, dar tot ele vă pot cauza şi cele mai multe necazuri. Când aveţi de-a face cu asemenea surse, ar trebui să ţineţi cont de următoarele indicaţii.

Întrebaţi-vă care sunt motivele lor

Deşi se întâmpla uneori, în general oamenii nu se oferă să ajute ziarele din spirit caritabil. Ei vor să-şi distrugă adversarii politici, de afaceri sau personali, să servească un interes (sau să compromită o cauză rivală), să se răzbune sau să pună pe cineva în dificultate. Acestea şi altele la fel de obscure pot fi raţiunile ce îi determină să vă ajute. Cei mai mulţi au un motiv anume pentru care doresc ca un articol să fie publicat. Aceasta nu înseamnă că articolul nu ar trebui să apară deloc, ci vă avertizează că trebuie să fiţi cu băgare de seamă.

Întrebaţi-vă – întrebaţi şi sursa – care ar putea fi celălalt punct de vedere asupra informaţiilor

Subiectul nu este, în realitate, atât de alb ori de negru (şi, din păcate, nici atât de important) cum vă este prezentat iniţial. Economisiţi timp, întrebând sursele dacă există şi alte puncte de vedere asupra subiectului sau dacă nu uită cumva să vă furnizeze vreo informaţie importantă ce ar putea fi de ajutor. Se pol întâmpla lucruri nebuneşti, şocante şi absurde, lim nu util de multe pe ett prelllKL majoritatea surselor. Pe prima pagină nu Neu* York Post, sub titlul „Ruşinea oraşului – o întâmplare şocantă nur de/văluic

atrocităţile din New York”, a apărut un articol despre un hm hat care violase o fetiţă de 3 ani pe marginea unei autostrăzi aglomerate» nu Manhattan, iar şoferii care treceau s-au oprit să privească. Cât de veridic sună aceste informaţii? În realitate, trei şoferi observaseră că un hm hat a atacat o fetiţă, au sărit din maşini ca să-l fugărească, iar alţi şoferi au fost prinşi în ambuteiajul care a rezultat. Iată un caz concret al unor informaţii neverificate, provenite de la o singură sursă.

Liste sursa în măsură să cunoască ceea ce pretinde că ştie?

Destul de multe surse care acceptă să fie citate pretind, în mod frecvent, rfl sunt „în miezul lucrurilor”, când de fapt sunt doar actori marginali. Un exemplu clasic este cel al relatărilor presei occidentale despre Uniunea Sovietică în cei doi ani ce au urmat revoluţiei din 1917. Reporterilor occidentali le era interzis accesul pe pământ rusesc, astfel rfl ziarele şi-au trimis corespondenţii la Riga, unde, la 500 km de Retrograd, singurele lor surse erau foşti generali şi conducători ţarişti Mau foşti politicieni. Toţi pretindeau că erau „în miezul lucrurilor”. În liipi, toţi erau pe dinafară. Potrivit studiului realizat de Walter Lippmann (II Charles Merz pentru New York Times, rezultatele au fost de-a dreptul suprarealiste. Între anii 1917 şi 1919, în ziar au apărut următoarele ştiri: guvernul bolşevic a căzut sau e gata să cadă (de 91 de ori); Lenin şi Troţki se pregăteau să fugă (de patru ori); Lenin şi Troţki

au fugit din Rusia (de trei ori); Lenin a fost arestat (de trei ori); Lenin a fost ucis (o dată).

Încercaţi să obţineţi documente ori de câte ori este posibil

Întrebaţi întotdeauna sursele dacă există documente care să le confirme declaraţiile. Dacă acestea nu sunt de acord să vă dea propriul exemplar, întrebaţi dacă puteţi face o fotocopie; dacă nici cu acest lucru nu sunt de acord, întrebaţi ducă uirtear puteţi citi documentul în prezenţa lor. Dacă refuză să facă aceste lucruri, daţi uitării informaţiile, în ea/ul în care obţineţi documentele, fiţi circumspect în legătură cu ele plllă vă asiguraţi că sunt autentice. În capitolul 12, care prezintă greşeli şi farse, sunt descrise consecinţele utilizării unor documente false. Uneori, chiar şi fotografiile pot fi suspecte. Ed Behr dă un exemplu cu valoare de avertisment în cartea sa Artyone Here Beert Raped and Speaks English? În legătură cu o agenţie care a primit fotografii ce dovedeau atrocităţile comise de una dintre părţile implicate într-un război civil din Africa. Fotografiile înfăţişează o femeie violată de soldaţi. Toate foarte convingătoare, până în momentul în care şeful biroului local a avut inspiraţia să ceară filmul fotografic. Pe film se vedeau scenele terifiante de viol şi apoi, în cadrul final, „victima” îmbrăţişându-şi „atacatorii”, zâmbind şi pozând pentru o fotografie de grup.

Cu cât o sursă este mai pasionată.

Cu atât mai puţină încredere trebuie să aveţi în ea

Aceasta nu înseamnă neapărat că sursa minte sau exagerează, deşi este

Foarte posibil să fie aşa. Înseamnă că, de obicei, oamenii nu sunt surse

Foarte sigure când e vorba despre fapte ce au legătură cu lucruri în care

Sunt implicaţi emoţional. Intervievaţi astfel de surse cu mare grijă.

Adesea, ele potrivesc faptele în acord cu propriile teorii şi sunt orbite de

Convingerile lor până într-acolo încât ignoră informaţii vitale. Fiţi atent mai ales în ceea ce-i priveşte pe activiştii devotaţi unei cauze, angajaţii concediaţi, foştii soţi şi iubiţii trataţi cu dispreţ. Întrebaţi-i dacă vă poate confirma şi altcineva declaraţiile lor. Adesea, veţi constata că îşi vor modifica pe loc declaraţiile.

Sursele care nu pot fi citate

Un bun moto este următorul: apelaţi cât mai rar la sursele „neoficiale”. Dacă nu îl respectaţi, vă veţi trezi cu foarte multe surse pe care nu le puteţi identifica în cadrul articolului. Iar în caz că discutaţi despre uncie tipuri de informaţii care nu pot (1 atribuite nimănui, comunicaţi i toarte tini sursei respective uraipia efirui lucru aţi căzut de acord. Astfel, nitaţi orice ne în (ologerl ulterioare. De exemplu, vă pune la dispoziţie Informaţii pe care va irchui să vi le confirme şi o altă sursă? Sau vă nleră informaţiile, cu precizarea că nu trebuie să faceţi publică sursa, ui/în care puteţi folosi datele, însă nu puteţi preciza numele sursei?

/V.siguraţi-vă că, atunci când cel intervievat foloseşte cuvântul „ne-oficial”, are acelaşi înţeles şi pentru el, şi pentru dumneavoastră.

Mai presus de toate, nu acceptaţi refuzul celor intervievaţi de a fi uitaţi fără a încerca să le obţineţi acordul. Convingeţi-i să facă în mod oficial afirmaţiile respective. Apelaţi la argumentul că importanţa subiectului depinde de citarea numelor surselor. Dacă insistă să vorbească neoficial, continuaţi interviul, iar la finalul acestuia încercaţi să găsiţi o Informaţie pe care le-ar plăcea să le fie atribuită şi apoi încercaţi să-i convingeţi să accepte. Negociaţi. Nu le permiteţi să vă spună, la sfârşitul Interviului: „A, apropo, tot ce v-am spus e neoficial”. Regula este următoarea: trebuie să cădeţi amândoi de acord asupra acestui fapt. Odată ce aţi ajuns la o înţelegere, nu vă călcaţi cuvântul dat. Nu le menţionaţi numele în articol, dacă ei nu au dorit asta, şi nu dezvăluiţi nimănui, cu excepţia editorului, identitatea lor. Niciodată.

Una dintre principalele probleme legate de declaraţiile „neoficiale” este modul în care termenul a fost preluat de politicieni şi de consilierii lor şi utilizat pentru propriile lor scopuri, uneori neclare. Pentru a Ilustra acest lucru, iată un exemplu oferit la un seminar despre jurnalismul din Moscova ţinut la Harvard University:

Aţi fost chemat aici pentru un interviu personal, deosebit, cu un consilier guvernamental important. Vă spune că toate declaraţiile sale vor fi „neoficiale”. Pe parcursul interviului, vă

vorbeşte despre o schimbare majoră în politica economică. Informaţiile sunt incitante, vă grăbiţi să vă întoarceţi la redacţie şi să scrieţi articolul, citind „surse importante din guvern”.

În bine, se dovedeşte că guvernul nu intenţionează să facă astfel de schimbări, că acel consilier ştia asta la momentul interviului şi că v-a furnizat ştirea cu scopul de a distrage atenţia de la o altă problemă cu care se confrunta guvernul. Politicienii apelează adesea la declaraţii „neoficiale” pentru a lansa o idee pe care, dacă va fi crillealii, o vor nega. În ambele cazuri, vă veţi face de râs. Dacă bănui (i că vi se înscenează ceva, încercaţi să găsiţi o a doua sursă, care să vă confirme informaţiile.

J

Nu vă apropiaţi prea mult de surse

În sfârşit, iată un exemplu care ilustrează cum nu se poate mai clar pericolele care apar – pentru reporter şi ziar – când un specialist devine prea apropiat de sursele sale. Este vorba despre Alfred „Jake” Lingle, reporter pe probleme de poliţie la Chicago Tribune în anii ’20. Lingle era foarte bine văzut la ziar. O mulţime de subiecte bine documentate despre crimă organizată din oraşul respectiv veneau de la el şi de la contactele sale, iar el îşi construise o reputaţie legendară printre cititori şi colegi. Lingle era prosper şi mulţumită celor 50.000 de dolari pe care spunea că îi primise moştenire de la tatăl său; reporterul câştiga 65 de dolari pe săptămână, se îmbrăca bine şi întreţinea mai multe case. Cu toate

acestea, acest izvor de subiecte despre infracţiuni a secat brusc la 9 iunie 1930. La intrarea în staţia de tren de pe Randolph Avenue, Lingle a fost împuşcat în stradă, în plină zi, de un bărbat costumat în preot.

Omorul avea toate semnele unei lovituri profesioniste. Ziarul lui Lingle era scandalizat.

Semnificaţia crimei este clară. A fost comisă ca represalii şi ca o încercare de intimidare. Dl Lingle era reporter specializat în probleme de poliţie, un reporter excepţional de bine informat. Printre prietenii săi intimi se numărau cele mai înalte oficialităţi din poliţie... Ceea ce îl făcea valoros pentru ziarul său l-a desemnat ca periculos pentru criminali... Pe lista celor ucişi în masacrul de Sfântul Valentin [când şapte persoane au fost omorâte într-o confruntare între gangsteri] se adaugă numele unui om a cărui slujbă era de a dezvălui actele criminalilor. The Tribune acceptă această provocare. E război.

The Tribune.1 iic Miitfiil acestor cuvinte frumoase o recompensă de M (MM) de dolari peiltril Informaţii privind criminalii, alte ziare i-au im mal imediat exemplul, iar lui Lingle i s-a acordat cinstea unor funeralii publice, cu fanfară militară şi gărzi de onoare. Zeci de mii de cetăţeni III oraşului Chicago s-au înşirat pe marginea străzilor şi au plecat rapelele în semn de respect la trecerea cortegiului.

Dar, nu la multă vreme după aceea, au început să apară unele detalii piuă atunci necunoscute despre Lingle. A ieşit la iveală că

tatăl său îi liisasc numai câteva sute de dolari, nu 50.000. Când a fost împuşcat, l. higic avea peste o mie de dolari, bani peşin, în portofel şi purta o Centură cu o cataramă încrustată cu diamante. Era, se pare, un dar de la Al Capone, cel mai faimos dintre şefii crimei organizate din Chicago. Mai mult, contul lui din bancă arăta depuneri de peste 60.000 de dolari în ultimele 18 luni.

Unul dintre conturile sale comune era împărţit cu comisarul Poliţiei Municipale, William F. Rüssel, care a demisionat imediat, acoperit de dezonoare. El şi Lingle fuseseră prieteni din tinereţe, iar reporterul specializat în infracţiuni vindea influenţa sa asupra lui Russel altor membri ai poliţiei care doreau transferuri şi avansări, politicienilor, bandiţilor şi mărilor gangsteri precum Capone. Era un oaspete frecvent pe domeniul lui Capone din Palm Island, Florida, şi avea acces zi şi noapte la acest om, pe atunci poate cel mai temut din Statele Unite.

Dar lui Lingle îi plăcea să joace şi juca în stil mare. Deşi avusese câteva încercări reuşite de a aranja curse de câini, curând ajunsese să piardă o mie de dolari pe săptămână la cazinourile ilegale ale lui Capone. În vara anului 1930, datoriile sale la jocuri de noroc către bossul crimei organizate totalizau mai mult de 100.000 de dolari – peste un milion de dolari după standardele anului 1995. Încercările sale de a scoate bani prin şantaj chiar de la membri ai bandei lui Capone au fost ultima libertate pe care avea să şi-o permită Jake Lingle. Şeful mafiot a angajat ucigaşul în haine de preot1.

jx trei săptămâni de la împuşcarea lui Lingle, ziarul său era nevoit să recunoască:

I Jay Rohen Nituiţi Mttktn and Brenken of Chicago, Chicago Aentlemy. 1985.

Care se confrunta guvernul. Politicienii apcicu/, n adesea în declaraţii „neoficiale” pentru a lansa o idee pe care, dacă va fi criticată, o vot nega. În ambele cazuri, vă veţi face de râs. Dacă bănuiţi că vi se înscenează ceva, încercaţi să găsiţi o a doua sursă, care să vă confirmo informaţiile.

Nu vă apropiaţi prea mult de surse

În sfârşit, iată un exemplu care ilustrează cum nu se poate mai clar pericolele care apar – pentru reporter şi ziar – când un specialist devino prea apropiat de sursele sale. Este vorba despre Alfred „Jake” Lingle, reporter pe probleme de poliţie la Chicago Tribune în anii ’20. Lingle era foarte bine văzut la ziar. O mulţime de subiecte bine documentate despre crimă organizată din oraşul respectiv veneau de la el şi de la contactele sale, iar el îşi construise o reputaţie legendară printre cititori şi colegi. Lingle era prosper şi mulţumită celor 50.000 de dolari pe care spunea că îi primise moştenire de la tatăl său; reporterul câştiga 65 de dolari pe săptămână, se îmbrăca bine şi întreţinea mai multe case. Cu toate acestea, acest izvor de subiecte despre infracţiuni a secat brusc la 9 iunie 1930. La intrarea în staţia de tren de pe Randolph Avenue, Lingle a fost împuşcat în stradă, în plină zi, de un bărbat costumat în preot.

Omorul avea toate semnele unei lovituri

profesioniste. Ziarul lui Lingle era scandalizat.

Semnificaţia crimei este clară. A fost comisă ca represalii şi ca o încercare de intimidare. Dl Lingle era reporter specializat în probleme de poliţie, un reporter excepţional de bine informat. Printre prietenii săi intimi se numărau cele mai înalte oficialităţi din poliţie... Ceea ce îl făcea valoros pentru ziarul său l-a desemnat ca periculos pentru criminali... Pe lista celor ucişi în masacrul de Sfântul Valentin [când şapte persoane au fost omorâte într-o confruntare între gangsteri] se adaugă numele unui om a cărui slujbă era de a dezvălui actele criminalilor. The Tribune acceptă această provocare. E război.

Ihr Tribune a adăugat acestor cuvinte rrumon, să o recompensă de «ooo de dolari pentru Inibriliaţil privind criminalii, alte ziare i-au im mal Imediat exemplul, iar lui Lingle i s-a acordat cinstea unor funeralii publice, cu fanfară militarii şi gărzi de onoare. Zeci de mii de cetăţeni ni oi asului Chicago s-au înşirat pe marginea străzilor şi au plecat i npciele în semn de respect la trecerea cortegiului.

Dar, nu la multă vreme după aceea, au început să apară unele detalii ilun atunci necunoscute despre Lingle. A ieşit la iveală că tatăl său îi llhase numai câteva sute de dolari, nu 50.000. Când a fost împuşcat, I Itigic avea peste o mie de dolari, bani peşin, în portofel şi purta o» t mură cu o cataramă încrustată cu diamante. Era, se pare, un dar de la Al Capone, cel mai faimos dintre şefii crimei organizate din Chicago. Mai

mult, contul lui din bancă arăta depuneri de peste 60.000 de dolari în ultimele 18 luni.

Unul dintre conturile sale comune era împărţit cu comisarul Poliţiei Municipale, William F. Rüssel, care a demisionat imediat, acoperit de ilivouoare. El şi Lingle fuseseră prieteni din tinereţe, iar reporterul Njtccializat în infracţiuni vindea influenţa sa asupra lui Russel altor membri ai poliţiei care doreau transferuri şi avansări, politicienilor, bandiţilor şi mărilor gangsteri precum Capone. Era un oaspete frecvent pe domeniul lui Capone din Palm Island, Florida, şi avea acces zi şi iio; ipie la acest om, pe atunci poate cel mai temut din Statele Unite.

Dar lui Lingle îi plăcea să joace şi juca în stil mare. Deşi avusese i lleva încercări reuşite de a aranja curse de câini, curând ajunsese să uliu dă o mie de dolari pe săptămână la cazinourile ilegale ale lui Capone. În vara anului 1930, datoriile sale la jocuri de noroc către bossul crimei organizate totalizau mai mult de 100.000 de dolari – peste un milion de dolari după standardele anului 1995. Încercările sale de a scoate bani prin şantaj chiar de la membri ai bandei lui Capone au fost ultima libertate pe care avea să şi-o permită Jake Lingle. Şeful mafiot a angajat Ucigaşul în haine de preot1.

I a trei săptămâni de la împuşcarea lui Lingle, ziarul său era nevoit să înunoască:

I Jay Robert Nash, Mnkn\mul litrakers of Chicago, Chicago Acailemy, 1985.

Alfred Lingle se dovedeşte a fi acum un alt personaj, unul necunoscut conducerii lui Tribune

pe vremea când trăia... Nu a fost şi nu putea fi un mare reporter...

Cât e ziua de lungă, reporterii de la Hollywood stau întinşi la soare, iar când soarele apune, se mai întind puţin.

Frank Sinatra

Capitolul 7

Interviul

Ziariştii pun întrebări stupide. Se uită în sus la soare

Şi te întreabă dacă străluceşte.

Sonny Liston

A şti să pui întrebări pentru un articol de ziar este o abilitate Npccială. Uneori, interviul poate semăna cu o conversaţie, dar nu este; uneori poate fi amuzant să îl ascultaţi ori să participaţi la el, dar nu mesta este rostul lui. Interviul are un singur scop: obţinerea unor Informaţii.

Interviurile, faţă în faţă sau prin telefon, nu se desfăşoară conform unui scenariu, aşa că trebuie să fiţi pregătit pentru răspunsuri neaşteptate, să urmăriţi implicaţiile şi să puneţi întrebări lămuritoare. Interviurile vor fi uneori dialoguri lungi, pedante, în care dumneavoastră veţi Insista cu o întrebare la care doriţi răspuns sau cu o problemă pe care vreţi să o înţelegeţi pe deplin. Şi să nu credeţi cumva că interviurile reprezintă ocazia de a-i spune unei anumite oficialităţi care este părerea dumneavoastră despre ea, de a demonstra cât de multe cunoaşteţi sau de n vă angaja cu ea într-o dezbatere aprinsă.

De multe ori, intervievarea este cât se poate

de deschisă şi directă. Dar exista două situaţii deosebit de dificile: intervievarea celor pentru care discuţia este incomodă sau care vă tratează cu circumspecţie şi a celor ce sunt evazivi sau chiar ostili. Aceste situaţii vor fi studiate tot în capitolul de faţă, dar, mai întâi, iată câteva linii generale pe care trebuie Nif le urmaţi la intervievarea oricărei surse.

Indicaţii generale

Întotdeauna trebuie să aveţi clar în minte înainte de a începe să puneţi întrebări ce informaţii esenţiale vreţi să obţineţi de la o sursă. Înainte de a intervieva pe cineva, gândiţi-vă la formă finală pe care o poate avea articolul şi, în consecinţă, la informaţiile de care aveţi nevoie. În timpul interviului, continuaţi să vă gândiţi la forma articolului şi la modul cum o modifică noile informaţii pe care le obţineţi. Mai presus de toate, trebuie să ştiţi unde există goluri de informare şi să încercaţi mereu să le umpleţi. Toate acestea sună, probabil, foarte complicat, dar în realitate, cu vremea, vă va intra în reflex. Nu ezitaţi să notaţi indicii sau cuvinte-cheie, care să vă ajute să vă amintiţi. Pe lângă avantajul că întrebările dumneavoastră vor deveni astfel mai incisive, vă veţi scuti de efortul de a contacta din nou persoana pentru a completa ceea ce aţi omis în timpul interviului. Şi, aşa cum ştim cu toţii, acest lucru nu va fi întotdeauna posibil, astfel că veţi fi nevoit să scrieţi articolul fără respectivele informaţii.

Documentaţi-vă cât mai temeinic înainte de

interviu

Niciodată nu trebuie să vă fie frică să vă arătaţi ignoranţa, dar asta nu înseamnă că trebuie să fiţi mândru că nu ştiţi prea multe. Înainte de a discuta cu cineva, informaţi-vă despre persoana respectivă, despre subiectul interviului şi despre orice altceva ar putea fi relevant. Printre altele, demersul vă va ajuta să înţelegeţi anumite noţiuni ştiinţifice şi să nu fiţi copleşit de conţinutul informaţiei sau indus în eroare.

Întrebările simple sunt cele mai bune

Niciodată nu s-a întâmplat în jurnalism ca aşa-numitele întrebări-capcană său întrebări viclene să dea rezultate. Astfel de întrebări sunt în mod normal un semn al lipsei de experienţă sau al preocupării de a face mai

«iiiâmi îi hunii Impresie, deell du îi obţine cel mai bun subiect. De h i. Îiln, întrebările simple sâni: „Cine?”, „Ce?”, „Unde?”, „Când?”, „Cllll?”, „De ce?”. Dacii primiţi răspunsuri satisfăcătoare la aceste llllichări, documentarea de ba/a vă fi aproape gata.

articolele ce relatează anumite evenimente, I pl, constituiţi cronologia faptelor

Tind; iveţi de-a face cu surse care cunosc în detaliu ce s-a întâmplat, Orientaţi discuţia către începutul evenimentului/evenimentelor sau chiar şi nu r momentul anterior şi rugaţi-vă interlocutorii să povestească toate lupele. Nu vă jenaţi să întrebaţi în mod repetat: „Şi apoi ce s-a Inilmplal?”. Trebuie ca secvenţele evenimentului să vă fie foarte clare. Arest lucru este esenţial

pentru subiecte precum accidentele. La sfârşitul iloemnentării trebuie să fiţi capabil să desfăşuraţi în minte filmul evenimentelor, minut cu minut. Dacă nu puteţi face acest lucru, atunci există lioltiri de informare.

(tot /J ca anumite secvenţe să vă fie povestite „cu încetinitorul

Iu cazul multor poveşti ale unor incidente, veţi intervieva oameni care nu luat parte la eveniment sau au fost martori. Puţini dintre ei vor avea deprinderea de a povesti coerent ce s-a întâmplat; oamenii pot fi agitaţi, Iu stare de şoc, tulburaţi. Aşa că, atunci când ajungeţi la detaliile Importante, cereţi-le cât mai multe amănunte. Întrebaţi-i ce s-a întâmplat la fiecare moment, ce au văzut, auzit, simţit, culori, mirosuri, zgomote. Illtrebaţi-i unde stăteau, cu ce erau îmbrăcaţi oamenii, ce strigau, cum era vremea etc.

Verificaţi numele şi funcţiile

I {vident, e un lucru plictisitor, dar esenţial. Cereţi-le surselor să vă dea lllimcic, funcţia, vârsta, adresa în cazul în care aveţi nevoie de ele. Dacă nursa are un nume ciudat sau străin, cereţi-i să vi-l scrie în carnet. Poate credeţi că «. Acest lucru v<1 va face să păreţi stupid, lună nici pe departe attti de stupid ca în cazul în care ajungeţi în redacţie şi constataţi că nu ştii (cum se scrie un anumit nume.

Obţineţi cât mai multe numere de telefon cu putinţă

Acesta es* u”. Lucru cu le, de „nportan, ca obtfne™ numelui corec, subiectului. Cereţi

numărul de la birou, numărul de acasă, numărul telefonului mobil. S-ar putea să aveţi nevoie şi de numărul de fax. Dacă numărul de telefon de la birou este afişat chiar pe aparat, notaţi-l în mod discret. Dacă nu, întrebaţi.

E mai bine să aveţi prea multe informaţii decât prea puţine

De cele mai multe ori, vi se oferă o singură şansă majoră de a intervieva o sursă importantă. Asiguraţi vă că o folosiţi din plin, punând cât mai multe întrebări cu putinţă. Adesea, răspunsurile la întrebările supli mentale dau savoare articolului. Şi nu uitaţi că, de multe ori, amănuntele sunt cele care dau nota interesantă a unei ştiri. Puneţi întrebări despre ele.

Nu vă fie teamă de ridicol

Cu toţii neam aflat în situaţii în care cineva ne vorbeşte despre un subiect, iar noi dăm din cap şi încuviinţăm, deşi nu avem nici cea mai vagă idee despre ce este vorba. Ne este teamă că, dacă vom cere explicaţii, vom părea ignoranţi. Apoi, când ajungem la redactarea articolului, realizăm că trebuia să fi înţeles chiar lucrurile pe care, vreme de câteva ore, am pretins că le înţelegem.

Niciodată să nu vă fie teamă că veţi părea ridicoli dacă puneţi întrebări elementare. Întâi de toate, interlocutorii, chiar şi în timpul conferinţelor de presă, nu vor fi, de regulă, atât de nepoliticoşi încât să atragă atenţia asupra ignoranţei dumneavoastră. Iar dacă o fac, ce-i cu asta? Cine e mai stupid, cel care doar pretinde că ştie sati cel care nu

1110! Dur o recunoaşte Y Diien llll yllţi... Nu preiimieţi ea şuti, inTTCHÜtr nunele sunt în general pregitllte să le explice reporterilor noţiunile HN lllce cu care operează, iar majoritatea vor face acest lucru cu pifit vie, mul (uimite că cineva este cu adevărat interesat de subiectul lor.

Îhm) aveţi dubii, expuneţi modul în care înţelegeţi situaţia

I Mi n nu înţelegeţi un răspuns sau dacă situaţia despre care vă documentaţi (Mc confuză, atunci descrieţi-le celor pe care îi intervievaţi modul cum (elegeti dumneavoastră lucrurile. Nu vă temeţi niciodată să spuneţi: „Daţi ini voie să recapitulez. Totul a început când...” sau „îmi permiteţi un verific dacă v-am înţeles corect...?” sau chiar „E corect dacă scriu rfl... 7”. Aceasta este o tehnică standard. Nu înseamnă că sunteţi greu de rup, Chiar dacă pare aşa, şi ce dacă? E mai bine decât să fiţi acuzat de i» transcriere ambiguă sau incorectă. Acelaşi lucru este valabil şi în m/. Îil motivelor. Nu presupuneţi motivele. Dacă o persoană acţionează Iulc un anumit fel, iar motivaţia să pare relevantă, puneţi întrebări, nu încercaţi să ghiciţi. Jurnalismul nu este un joc de societate.

Hiitefi întrebări pentru a obţine informaţii, nu opinii sau reacţii

Motivul pentru care discutaţi cu sursele este acela de a obţine fapte, iar flecare întrebare trebuie concepută în acest scop. Este foarte uşor să i fideţi în capcana întrebărilor despre reacţiile

oamenilor faţă de un anumit fapt sau eveniment. Reacţiile sunt doar rareori surprinzătoare, Ityn că nu veţi obţine nimic folositor pentru articol. A afla, spre exemplu, rfl un politician de dreapta dezaprobă reformele liberale nu prea este o lirc. Singurele excepţii de la regulă sunt atunci când articolul se referă la opinii.

Încercaţi să evitaţi întrebările-clişeu

A întreba o persoană care a fost implicată într-o tragedie „Cum vă tiniţiţi?” este ca şi cum i aţi sugera un răspuns-clişeu sau un refuz de a mai răspunde la alle întrebări. Dacă aceste persoane pl, tui pierdui unicul fiu într-o catastrolă aeriană, cum v-aţi aştepta să se simtă? Încântate? Cu toate acestea, zilnic lac paradă în articolele de ştiri cele mai predictibile emoţii („Am fost încântat să primesc aceşti bani”, „Am fost foarte supăraţi că, deşi concediaţi, nu am primit compensaţii”), ca şi cum ar fi introspecţii devastatoare.

Căutaţi să obţineţi anecdote

Anecdotele bune pot însufleţi articolele. Adunaţi-le cu orice ocazie de la cei pe care îi intervievaţi. Dar ţineţi minte că, pentru a-i face pe oameni să istorisească anecdote amuzante, ironice, sugestive, trebuie să conversaţi într-un mod relaxat, şi nu să vă postaţi în faţa lor, cerându-le: „Acum spuneţi-mi care este cel mai amuzant lucru pe care l-aţi văzut/care vi s-a întâmplat”. Nu vă vor spune. Se vor bloca. În schimb, încercaţi să intuiţi care sunt zonele din viaţa/munca/activitatea lor care ar putea să fie surse de umor. De exemplu, dacă intervievaţi

echipajul unui avion pentru un articol despre un nou serviciu aerian şi doriţi să aflaţi nişte întâmplări legate de comportamentul ciudat al unor pasageri, atunci nu spuneţi: „Povestiţi-mi ce lucruri amuzante fac pasagerii”. Dirijaţi în mod natural conversaţia spre subiecte ca pasagerii care se îmbată, frica de zbor, bagaje, reclamaţii în legătură cu mâncarea, copii, cereri ciudate şi aşa mai departe.

Nu-i lăsaţi să vă poarte cu vorba

Desigur, trebuie să cereţi să vi se explice termenii de jargon. Dar multe fraze care sună a limbaj tehnic sunt, de fapt, eufemisme. Fiecare industrie, companie sau birocraţie îşi dezvoltă fraze care să camufleze realitatea. O linie aeriană va vorbi despre „un flux scăzut de călători” când realitatea e că lumea nu prea vrea să zboare cu avioanele sale. Reprezentanţii unui fond de investiţii pot da o declaraţie despre un „neajuns legat de ieşirile nete de lichidităţi”, vrând să spună de fapt că investitorii iau abandonai în cele din urmă şi îşi relri» ţ toţi hanii.

Instituţiile cure nu de H Ime eu materiale periculoase, cum sunt cele din Industria militară şi nucleară, sunt cu precădere adepte ale elaborării unor asemenea strategii. În America, în urma unui faimos accident K? Lreetll la Thrce Miles Island în 1970, industria energetică nucleară a Inventat o scrie de eufemisme cu scopul de a învălui lucrurile neplăcute la confuzie, pentru a le putea descrie. Comunicatele vorbeau despre o „evoluţie anormală” la o uzină, ce a dus la o „dispersare de

energie” şi apoi la o „oxidare rapidă”, probabil urmată de „o acumulare de plutoniu”. Aceasta însemna că avusese loc un accident la o uzină, care provocasc o explozie şi apoi un incendiu, urmate de o contaminare cu plutoniu – toate cuvintele şi frazele directe fiind cenzurate. Decenzuraţi-le. Întrebaţi care este semnificaţia termenilor.

Ascultaţi răspunsurile

(uşor să fiţi atât de preocupat de formularea următoarei întrebări sau de notarea răspunsului, încât să nu înţelegeţi cu adevărat semnificaţia lucrurilor pe care le auziţi. De multe ori, la zece minute după ce aţi Intervievat pe cineva este prea târziu să realizaţi importanţa – sau absur-illtatea – celor ce vi s-au spus. Este un lucru valabil mai ales în cazurile la care cei intervievaţi fac declaraţii ieşite din comun.

Romancierul francez George Simenon i-a spus cândva unui reporter de la ziarul elveţian Die Tat: „Am făcut dragoste cu 10.000 de femei”/ţarul a reprodus cu destulă credulitate declaraţia. Totuşi, chiar şi liderele mai puţin înclinate spre matematică pot calcula că, pentru a ajunge la acest total, Simenon ar fi trebuit să facă o nouă cucerire o dată la două zile, vreme de aproximativ 65 de ani – ceea ce nu e puţin lucru pentru un bărbat de 73 de ani care a mai găsit şi timp să scrie aproape IDO de cărţi. Numărul real, după cum a afirmat înţelegătoarea sa soţie llltr un interviu acordat câţiva ani mai târziu, a fost mai aproape de 1.200.

Recapitulaţi răspunsurile la sfârşit

Dacă este pasibil, uitaţi vă încă o dată peste notiţe împreună cu cei pe (are i aţi intervievat şi verificaţi cifrele şi toate lucrurile de care sunteţi îiidï nesigur. Pe lângă aceste scopuri clare, procesul are şi doufl scopuri ascunse. Mai întâi, de a vedea dacă puteţi descoperi vreo lipsă sau „goluri de informare" pe care nu le-aţi remarcat de la început şi de a vedea dacă puteţi obţine mai multe informaţii de la persoana respectivă. Acum este momentul să-i întrebaţi dacă există cineva care le poate susţine argumentele sau chiar cine sunt cei ce îi critică.

Niciodată nu le promiteţi surselor că subiectul va fi tratat într-un anumit fel

Numai editorul este în situaţia de a şti cum va fi tratat un anumit subiect şi cum va apărea în ziar. Mulţi dintre cei pe care îi intervievaţi vă vor întreba acest lucru, dar nu este nevoie să răspundeţi. Spuneţi-le că sunteţi „un simplu reporter" şi daţi-le numele şi numărul de telefon al şefului dumneavoastră.

Intervievarea surselor incomode

Mulţi oameni sunt intimidaţi de jurnalişti. Aceasta nu pentru că i-ar considera înspăimântători ca fiinţe umane (deşi unii dintre ei cu siguranţă sunt), ci pentru că nu sunt obişnuiţi să aibă de-a face cu presa. Şi, chiar dacă sunt, pot fi reţinuţi de teama că îşi vor pierde slujba sau a altor repercusiuni. Ca unul care am fost de câteva ori implicat în subiecte de presă şi, prin urmare, ca persoană pe care jurnaliştii au dorit să o

intervieveze, mi s-a părut incomod să mă găsesc la capătul receptor al jurnalismului. Îţi faci griji cu privire la ceea ce declari sau la ceea ce apare în ziar că ai declarat.

Primul lucru pe care trebuie să-l facă reporterul când are de-a face cu persoane incomode este să le convingă că măcar să vorbească. Când faceţi acest lucru, puteţi să fiţi prietenos, jovial, puteţi să vorbiţi despre dreptul publicului de a alia informaţiile pe care le deţine sursit; de fapt, puteţi face orice credeţi că are şanse să meargă, Cu lotllO acestea, adesea nu aveţi şansa să negociaţi. Uneori trebuie «ţţ lucraţi „În rece", iiillcif să vizitaţi sursele Ui. I a da telefon dinainte. În aceste condiţii, Hilar şi numai faptul de a le trece pragul se dovedeşte a fi o problemă. I pticrul cel mai important, după cum ilustrează exemplul următor, este un ajungeţi în sufrageria sau biroul sursei. Odată ajuns acolo, va fi mult mai greu pentru subiect să refuze să vă răspundă la întrebări. Odată Intrat, secretul este să găsiţi modalitatea prin care să rămâneţi acolo cât lltai mult timp posibil.

Povestirea următoare este preluată din cartea Toţi oamenii preşedintelui aerisă de Carl Bernstein şi Bob Woodward de la Washington Post, în care este descrisă ancheta celor doi, care a co/idus, în cele din urmă, la demisia preşedintelui Richard Nixon. Munca lor şi povestea din spatele el sunt studiate mai îndeaproape în capitolul următor. Acum, tot ce trebuie să ştiţi este că Bernstein este convins că femeia pe care încearcă

filţ o intervieveze este o sursă potenţială importantă, care poate face lumină asupra activităţii şefilor ei. De aceea, reporterul o vizitează acasă, iar motivul pentru care nu a telefonat în prealabil este faptul că se aşteaptă din partea ei la o atitudine de respingere:

O femeie a deschis uşa şi l-a lăsat pe Bernstein să intre. „Dacă nu ai treabă cu mine, înseamnă că vrei să vorbeşti cu sora mea”, a spus ea. Sora ei intră în cameră. Se aşteptase să vadă o femeie trecută de 50 de ani, probabil cu părul cărunt; aşa îşi închipuia el că arată o contabilă. Dar femeia era mult mai tânără.

„O, Dumnezeule”, spuse contabila, „eşti de la Washington Post. Îmi pare rău, va trebui să pleci”.

Bernstein începu să se gândească ce putea face pentru a rămâne pe poziţie. Sora contabilei fuma; observă un pachet de ţigări pe o măsuţă şi ceru o ţigară. „Mă servesc singur”, spuse el când sora se îndreptă spre pachet, „nu te deranja”. Asta îl aduse în interiorul casei. Merse la cacealma, spunându-i contabilei că înţelegea de ce îi era teamă; existau mulţi oameni ca ea în comitet, care doreau să spună adevărul, dar unii nu voiau să asculte. Ştia că unii oameni se duseseră la FBI şi la procuratură pentru a furniza mai multe informaţii… Avu o clipă de ezitare.

„De unde îşi Iau reporterii informaţiile, la urma urmei?”, întrebă ea. „Ăsta-l lucrul pe cine nimeni din comitet nu poate să-l înţeleagă”.

Bernstein întrebă dacii poate să ia loc şi să şi IONI lltlU pgaia, „Bine, dar apoi va trebui să pleci,

chiar nu atu lllllllic de spus”. Femeia bea cafea, iar sora ei întrebă dacă doica şi Bernstein o ceaşcă. Contabila tresări, dar era prea târziu. Bernstein începu să soarbă din ceaşcă. Puţin câte puţin.

Femeia a stat de vorbă cu el, i-a dat lui Bernstein câteva indicii foarte utile, iar mai târziu a discutat din nou cu ambii reporteri, dovedindu-se a fi o sursă valoroasă. Aceasta s-a datorat poate şi faptului că Bernstein nu şi-a scos imediat carnetul de reporter ca să noteze fiecare cuvinţel al contabilei, afişând încântarea şi uimirea. A aşteptat, poate zece minute, înainte de a-şi scoate discret carneţelul din buzunar şi de a începe să ia notiţe cu un aer firesc.

Dacă, până la urmă, oamenii acceptă să vorbească, următorul lucru la care trebuie să vă gândiţi este să-i faceţi să se simtă în largul lor. Aceasta vă va ajuta să scoateţi cât mai multe de la ei. Iată câteva indicaţii.

Alegeţi cu mare atenţie locul şi modalitatea de abordare a sursei

Interviu prin telefon sau faţă în faţă? Care ar fi soluţia cea mai indicată pentru sursă? Dacă e faţă în faţă, unde se va desfăşura? Într-un bar? La biroul sursei? În redacţie? La restaurant? În locuinţa sursei? Cu alte cuvinte, care este mediul în care sursa s-ar simţi cel mai puţin ameninţată şi, implicit, mai cooperantă?

Adaptaţi-vă

Scopul dumneavoastră, când intervievaţi pe cineva, este să faceţi persoana respectivă să se simtă relaxată şi utilă. Aceasta presupune să nu o

intimidaţi sau enervaţi. E posibil să fie necesar să vă adaptaţi întrucâtva comportamentul şi înfăţişarea. Nu este nevoie să suportaţi o modificare de comportament pentru fiecare interviu, dar nu pierdeţi din vedere caracteristicile subiectului. Spre exemplu, dacă veţi intervieva un vagabond de pe stradă, este contraindicat să purtaţi cel mai bun costuin sau cea lliii bună rochie pe cine o aveţi. Aceasta l-ar face ce se simtă stâujenit, la aceeaşi ordine de idei, dacă aveţi de ghid să îi luaţi un interviu IMlumlui-ministru, nu ar trebui să purtaţi blugi şi tricou. Sursa s-ar Miniţi probabil ofensată şi va avea impresia că sunteţi mai degrabă pieoeupat să arătaţi cine sunteţi, decât să realizaţi un interviu bun – şi îi ohabil ar avea dreptate. Dacă întâlniţi oameni cu care nu sunteţi obişnuit, puteţi chiar să jucaţi puţin teatru, mimând interesul sau adap-llndu-vă comportamentului lor. Dacă sunt genul formal, fiţi mai formal llccfl de obicei; dacă sunt foarte prietenoşi şi deschişi, puteţi fi şi dumneavoastră la fel.

Ivrmaţi-vă o opinie în legătură cu sursa

Ce anume i-ar putea atrage de partea dumneavoastră? Cuvintele flatante? Manifestările de prietenie? O glumă? Tonul serios? Orice ar fi, dacă este vorba despre o sursă importantă, apelaţi la aceste procedee. Ce llliuinc o interesează? Orice ar fi, arătaţi-vă şi dumneavoastră interesat. I toate întotdeauna mai uşor să procedaţi astfel atunci când vă întâlniţi cu Interlocutorul, mai ales în casa ori în biroul lui. Oamenii se înconjoară de

obiecte importante pentru ei – fotografii de familie, picturi cu locurile lor favorite, ornamente şi suveniruri. Folosiţi-vă de aceste lucruri, puneţi întrebări în legătură cu ele. Faceţi în aşa fel ca persoana pe care o Intervievaţi să vrea să vă ajute. Încercaţi să găsiţi ceva în comun cu ea, I le şi simplul fapt că amândoi aveţi copii sau un câine.

Dacă aveţi timp, încercaţi trucul cu „povestea vieţii”.

În cazul în care subiectul este timid sau ostil, dar se pare că are destul timp la dispoziţie, încercaţi să puneţi întrebări despre viaţa sa. Este vorba despre întrebări biografice elementare – unde a crescut, unde a fost educat, unde s-a specializat, care au fost prima slujbă, primele succese, împlinirile, experienţele în afara ţării etc. Astfel s-ar putea să căpătaţi nişte indicii promiţătoare pentru continuarea interviului. Dacă nu, oricum aproape sictir în acest fel veţi face ca persoana respectivă să se simtă mai în largul ci şi mai de partea dumneavoastră. Aproape oricine se deschide faţă de cineva care arată interes pentru viaţa sa.

Dacă interviul are loc faţă în faţă, nu vă scoateţi imediat carnetul de notiţe

Nimic nu-l va nelinişti mai mult pe un subiect dificil decât un reporter care dă buzna în cameră, cu carneţelul deschis, pregătit să noteze fiecare cuvinţel. Mai degrabă scoateţi încetişor carneţelul din buzunar sau din geantă în momentul în care cei intervievaţi sunt relaxaţi şi abia atunci începeţi să scrieţi. Puteţi chiar să spuneţi ceva de genul:

„Ştiţi, am o memorie groaznică, vă deranjează dacă iau câteva notiţe?”. În unele cazuri, vă daţi seama că, numai văzând carneţelul de notiţe, sursa se va opri imediat din vorbit. În această situaţie, reţineţi lucrurile importante pe care le auziţi şi găsiţi o scuză pentru a părăsi camera (de exemplu, pentru a vă duce la toaletă sau pentru a vă spăla pe mâini). După ce ieşiţi din câmpul vizual al sursei, puteţi nota pe hârtie punctele principale din ceea ce aţi auzit.

Fiţi sincer în ceea ce priveşte intenţiile dumneavoastră, dar nu spuneţi chiar totul

Niciodată nu trebuie să omiteţi precizarea că sunteţi reporter, nici să induceţi în eroare persoana pe care o intervievaţi cu privire la ceea ce vă interesează cu adevărat. Totuşi, nu este întotdeauna nevoie să explicaţi în mod precis de ce sunaţi pe cineva. Dacă aveţi de lămurit o întrebare sau o chestiune controversată, adesea va fi bine să nu o formulaţi de la începutul conversaţiei. Spuneţi numai: „Fac doar nişte investigaţii generale în legătură cu acest subiect”.

Nu începeţi cu întrebarea cea mai importantă

Mai întâi puneţi câteva întrebări generale. Acestea ar pulen şi întrebări la care cunoaşteţi deja răspunsul. Chiar dacă nu obţineţi uhule altceva, cel puţin răspunsurile subiectului vă vor spune cât mumie (ytic el şi cât de

INTliKVIUL

Nlliecr csic. Numai atunci când consideraţi că terenul este pregătit puneţi Itlirchările la care doriţi să primiţi răspuns. Când faceţi acest lucru,

Uneori e indicat să mimaţi indiferenţa în legătură cu răspunsul pe care îl primiţi. Nu e cel mai indicat să scăpaţi carneţelul din mână şi să iMlamaţi uimit: „Dumnezeule! Vă daţi seama ce spuneţi?” Gândul l fi tocmai v-a oferit pe tavă subiectul deceniului poate determina interlocutorul să-şi retragă imediat spusele.

Utilizaţi pauza de efect

I tocii persoana pe care o intervievaţi nu dă un răspuns complet, faceţi o pauză de efect, însoţită de o privire expectativă. Uneori, răspunsul nursei conţine informaţia de care aveţi nevoie. Există, firește, o limită uv timp pentru aşteptarea informaţiei. O întârziere mai mare de câteva Neetiixle e posibil să fie interpretată drept semn de idioţenie sau indiciu al unei serioase tulburări a sistemului nervos.

Dacă toate celelalte tactici dau greş, apelaţi la mila lor

Ttpuncţi-le că veţi avea mari probleme cu şeful dumneavoastră dacă nu obţineţi o anumită informaţie. Cereţi-le ajutorul. Adesea, strategia chiar funcţionează.

Infrefineţi conversaţia

Fiind aveţi de-a face cu răspunsuri de genul „Nu pot să comentez”, nu încercaţi direct să faceţi interlocutorii să scape de anxietate. Aproape întotdeauna veţi eşua, pentru că motivele lor sunt legate de funcţia pe care o au sau de organizaţia din care fac parte şi este evident că ştiu mai mult despre subiect decât dumneavoastră. Continuaţi conversaţia şi încercaţi câteva abordări diferite.

Mai întâi, asiguraţi-i că nu sunt ei primii care vă vorbesc, ci aţi discutat deja cu mulţi alţii. Apoi, fără pauză, spuneţi: „Ce mă nedumereşte este... Pol să vă întreb dacă...”, încercaţi să manifestaţi ulmpatic, dar mergeţi mai departe cu întrebările.

Spre exemplu, dacă un contract guvernamental a Cosi im t. Îi. U. lâleând ca milioane de dolari să fie cheltuiţi în plus, subiectul va replica: „Sursele dumneavoastră nu ştiu despre ce vorbesc”. Aceasta nu este o dezminţiro a acuzatei. Este, adesea, manevra clasică a cuiva care are ceva de ascuns – dar nu vă bazaţi numai pe aceasta.

Atenţie la dezminţirile spontane

Spre deosebire de situaţia descrisă mai sus, cei ce au ceva de ascuns pot merge uneori mai departe decât ar cere-o întrebarea dumneavoastră. Rugaţi să comenteze unele fapte, vor nega lucruri pe care nici măcar nu le-aţi supus atenţiei lor. Fiţi vigilent în astfel de cazuri, uneori asemenea declaraţii vin pe nepusă masă şi constituie primul indiciu că interlocutorii dumneavoastră au ceva de ascuns.

J

Nu folosiţi întrebări –, capcană”.

Astfel de întrebări se folosesc pentru a prinde în capcană pe cineva, nu prin informaţii, ci printr-un truc verbal. Faptul că trucul nu este prea original nu înseamnă că nu e folosit. E o variantă a cunoscutei întrebări: „Ai încetat să-ţi mai baţi soţia?”, la care un neavizat va răspunde „Da”, ducând la concluzia că obişnuia să-şi bată nevasta,

dar acum s-a luminat şi nu mai face acest lucru, sau „Nu”, însemnând că încă o mai bate.

Unul dintre cazurile cele mai flagrante de folosire a acestui truc a avut loc atunci când prin ziarele naţionale britanice a început să circule zvonul că prinţul Edward, cel de-al patrulea copil al reginei, ar fi homosexual. Daily Nfirror l-a urmărit pe prinţ la New York şi, în timpul unui eveniment public, a lansat întrebarea: „Sunteţi homosexual?”. Prinţul a fost îndeajuns de naiv să răspundă „Nu”, iar a doua zi Mirror a apărut cu un titlu uriaş pe prima pagină: „Nu sunt homosexual, declară Edward”. Impresia cu care au ritmas cititorii a fost că Edward era, de fapt, homosexual, dar că acum se străduia din răsputeri să nege. Jurnalism dezgustător.

Hiigafi sursa să-şi imagineze cam cum ar fi să apară în ţi-ar „Nu am nimic de comentat 9

I >ucă o) crsoană oficială refuză să comenteze ori să răspundă la întrebări, migerali-i să-şi imagineze cum ar fi să apară acest lucru în ziar. Dar nu l-ai eţi să sune ca o ameninţare. Lăsaţi impresia că încercaţi să o salvaţi du în un dezastru de imagine: „Ştiţi, cititorii vor vedea «Cutare refuză n comenteze» şi vor crede că aveţi ceva de ascuns. Eu ştiu că nu e cazul, (loci este posibil să-mi răspundeţi doar la…”

Iu sfârşit, ţineţi minte că o persoană poate refuza să vă vorbească HNlăzi, dar poate fi mult mai deschisă la dialog câteva zile mai târziu. Dacă este vorba despre o sursă importantă, încercaţi încă o dată.

(Suferinţele de presă

Conferinţele de presă sunt, evident, un caz particular de intervievare. Acolo nu sunteţi singur, nu este un interviu faţă în faţă şi, adesea, aveţi Anule puţin timp la dispoziţie. În acest caz, şi mai ales atunci când trebuie să transmiteţi un articol imediat după încheierea conferinţei, trebuie să vă asiguraţi că puneţi întrebările la care aveţi nevoie de răspunsuri. Aceasta poate însemna că uneori să fiţi agresiv, să vă strigaţi întrebarea, astfel încât să fiţi sigur că sunteţi auzit, sau să vă ridicaţi în picioare pentru a o formula.

Mulţi dintre cei ce organizează conferinţe de presă par să-şi imagineze că hi cadrul acestui eveniment pot manevra un grup de stenografi docili. Niciun reporter nu trebuie să permită ca această idee să prindă rădăcini. \uite că asemenea evenimente sunt organizate exclusiv în scop publicitar, dur lui înseamnă că trebuie să intrqţi în jocul organizatorilor. Dumneavoastră decideţi ce apare în ziar, nu ei. Nu contează care cred ei că este mesajul semnificativ, poate că există un alt subiect, mai bun…

Dacă persoana care susţine conferinţa de presă nu este extrem de Importantă şi dacă aveţi timp, puteţi păstra uncie întrebări pentru a le formula după conferinţa de presă. În acest caz, nu lăsaţi persoana care vă ponte răspunde în ele să părăsească sala până când nunţi. Întrebai şi nu vi s-a răspuns. Aceasta înseamnă că uneori s-ar putea să ile nevoie să vă postaţi între persoana respectivă şi uşă. Nul în timid când faceţi acest

luciu. Orice persoană care participă regulat la conferinţe de presă este obişnuită cu aşa ceva. Nu sunteţi acolo ca să vă faceţi prieteni, ci pentru a obţine un subiect.

Un alt pont este să verificaţi dacă vreun alt reporter pare să ştie mai multe despre subiect. După conferinţă, faceţi conversaţie cu el. Majorr laica reporterilor nu pot rezista tentaţiei de a se lăuda cu ceea ce ştiu şi pe cine cunosc şi, astfel, vă pot da nişte indicii utile. Nu luaţi de buno investigaţiile altor reporteri. Dar, adesea, în astfel de conversaţii, puteţi fura idei bune, pe firul cărora să mergeţi. Reţineţi că, de multe ori. Principalul beneficiu pe care vi-l oferă conferinţele de presă este mai degrabă ocazia de a cunoaşte oameni şi de a stabili contacte, şi nu subiectul declarat.

Interviurile cu personalităţi

Adesea, cu cât cel intervievat este o personalitate mai importantă, cu atât veţi avea mai puţin timp la dispoziţie. Personalităţile foarte importante pot avea în echipă agenţi de presă, ce încearcă să impună limite în privinţa lucrurilor despre care puteţi pune întrebări. Rolul dumneavoastră este de a evita acest control, când e posibil, în caz contrar, dezvăluiţi-l cititorilor. Sunteţi reporter, nu curtean. Nu trebuie să vă simţiţi flatat că o mare vedetă stă de vorbă cu dumneavoastră; de asemenea, nu lăsaţi că antipatia sau resentimentele faţă de bogăţia, frumuseţea, inteligenţa sau succesul său să vă tenteze să scrieţi un articol devastator. Odată

tipărit, va spune, invariabil, mai multe despre dumneavoastră înşivă decât despre vedeta respectivă.

Abordaţi în schimb o perspectivă simplă. Faceţi o descriere cât mai fidelă a individului respectiv şi concentraţi-vă asupra unor întrebări care vă vor permite Nil îi comparaţi adevărata personalitate cu imaginea sa publică. După cum spune OUIIONOIItH IuiiihlImM hillnniett Lynn Barber, „lot ceea ce trebuie MA liuoţi. e mII lltt puiieltinll, pnlllleoşi şi să puneţi

Inih b. Lri”. Lia recomanda – a citul ci aproape toată lumea ar fi de acord – ia întrebările să tic cât mai scurte posibil. Lată mai jos câteva întrebări IM iierale care se dovedesc de multe ori utile pentru a obţine răspunsuri IMHI şteptalc sau care dezvăluie aspecte de viaţă despre care subiectul punic avea intenţia să vorbească mai mult. Ele se bazează pe o listă li Uuisă de Jeremy Martin la Compu Serve Journalism Forum, o excelentă Mirrtă de dezbateri şi sfaturi profesionale.

Care e cea mai veche amintire a dumneavoastră?

(„arc a fost cel mai bun sfat pe care l-aţi primit de la mama/tatăl dumneavoastră?

Cine a avut cea mai mare influenţă asupra vieţii dumneavoastră?

Unde aţi lucrat prima dată?

Care a fost cea mai proastă slujbă pe care aţi avut-o?

Ce marcă era prima dumneavoastră maşină?

Cine a fost prima dumneavoastră dragoste?
Ce faceţi când sunteţi nervos?
Ce anume vă obsedează?
Aveţi un caracter dificil?
Ce vă place/nu vă place să mâncaţi?
(„inc vă e cel mai bun prieten?
Care este cel mai prost obicei pe care îl aveţi?
Ce vă scoate din sărite?
Ce anume studiaţi?
Cât de des citiţi?
Câte ore dormiţi pe noapte?
Ce faceţi când vă treziţi în mijlocul nopţii şi nu puteţi adormi la loc?
Ce v-aţi dori să faceţi în ziua dumneavoastră liberă?
Când vă veţi retrage din activitate?
Pe cine aţi invita la o petrecere?
Vă place Crăciunul?
Care este cântecul/cartea/filmul/cântăreţul/artistul preferat (a)?
Pe cine admiraţi cel mai mult?
Care este băutura dumneavoastră preferată?
Ce fel de mâncare nu vă place deloc?
Unde vil place cel mai mult să
Dacă aţi avea de ales, unde v*
Cei mai vicleni reporteri sunt ce dau impresia că vor să te ajute.] gâtul cu orice ocazie.
Ed
Vă petreeeţi, concediul?
R plăcea să trillţi. Y 1
I!

Î care par prietenoşi, îţi zâmbesc şi) i sunt aceia care vor încerca să-ţi ia

Koch, primarul oraşului New York

Capitolul 8

Prezentarea datelor numerice şi a statisticilor

Jurnalistul este un nemulţumit, un cenzor, un sfătuitor, un regent al suveranilor, un tutore al naţiunilor. Patru ziare ostile sunt mai de temut decât o mie de baionete.

Napoleon

Destul de mulţi jurnalişti au impresia că ştiinţa cifrelor este un fel de Vii un care, dacă a fost contractat, poate distruge gândirea literară, Oliorând pierderi irecuperabile în vocabular şi o diminuare a sensibilităţii. Acesta este un nonsens periculos, deoarece foarte multe Ifilcolc în prezent se bazează pe date statistice. Jurnaliştii sunt asaltaţi de Mondaje de opinie, reprezentanţi ai unor departamente de relaţii cu publicul, ai unor firme, grupuri de presiune şi politicieni care citează cu lolli ceea ce, la prima vedere, par a fi cifre impresionante. Nu numai că 11»! De intuiţic matematică nu este echivalentă cu valoarea literară, dar polltru jurnalistul modern este un neajuns deloc de neglijat. Dacă nu ninleţi capabil să vă folosiţi de cifre, atunci nu aveţi nicio putere ca (llinalist. Sursele tind mereu să ne joace feste cu ajutorul cifrelor. Fără QUIIO tjlinte elementare cu care să vă croiţi drum prin hăţişul de cifre, voi fi silit să luaţi de bună orice declaraţie a surselor şi să o reproduceţi OH itinrc. Rezutatul? Cititorii vor fi înşelaţi şi dezinformaţi, iar dumneavoastră

veţi fi pus – pe bună dreptate – într-o ipostază ridicolă.

Din fericire, există un mijloc de protecţie, şi anume să vă înarmaţi cu HID olciHC cunoştinţe pentru a înţelege statisticile simple. Dacă vă intihililtut/ţţ klcoa, I îţi sip. Ui că în cele ce urmează nu veţi da peste calcule matematice pe care nu le-ar înţelege un copil de 12 ani. Dacii sunteţi în continuare intimidat, poate ar fi cazul să vă căutaţi o altă slujbă; pentru că Indiferent dacă vă place sau nu, în fiecare zi de lucru veţi avea de a face cu statistici, într-o formă sau alta.

Informaţii despre statistici

Statisticile! Ca orice altă sursă, trebuie puse sub semnul întrebării. Cu alle cuvinte, trebuie să le puneţi întrebări celor care au dat publicităţii cifrele respective, datele, precum şi concluziile care reies din acestea. Punctul de plecare este următorul.

Este o ştire credibilă?

Frecvenţa răspunsurilor negative e surprinzătoare. În 1999 am aflat o informaţie conform căreia 50% din creditele pentru uz personal acordate de bănci femeilor erau destinate chirurgiei plastice. În cartierele mal luxoase din Los Angeles, California, informaţia putea fi plauzibilă; în Londra, nu. Supuse verificării, statisticile sunau de fapt astfel: jumătat O din creditele personale acordate femeilor pentru rezolvarea unor probleme de sănătate aveau drept scop operaţii chirurgicale de importanţă minorai Acest fapt era mult mai credibil – însă avea un

impact cu mult mai scăzut. Informaţia s-a dovedit lipsită de orice valoare.

Mai există un gen de informaţii a căror evaluare necesită o doză mal mare de isteţime. În SUA, un ziar a publicat un articol conform cănill 50% dintre locuitorii din Itapum, Brazilia, utilizează sedative. Putea fi adevărat, însă, după o scurtă reflecţie, îţi dai seama de contrariu. ÎA oraşe există copii şi adolescenţi. În orăşelele din Brazilia, locuitorii 011 vârstă mai mică de 18 ani reprezintă cel puţin jumătate din populaţia Prin urmare, cealaltă jumătate – absolut toţi adulţii, chiar şi cei de 90 tid ani – iau cu toţii sedative? Puţin probabil. La scurt timp după publicai ni articolului a apărut şi o erată. Numărul corect era 16% din populaţii adultă.

Dacă, în mare, cifrele par credibile, atunci următoarea întrebare oftto I

(\m este sursa datelor?

Îi «vorbo despre o universitate, o companie privată, un institut de Inndarc a opiniei publice sau un grup de presiune? Sursa respectivă M0 calificată pentru a aduna şi a interpreta aceste date? Nu cumva H>h darca tăcută de o sursă cu bună reputaţie este folosită de o terţă Burlo? În cazul din urmă, luaţi legătura cu cei ce au făcut de fapt mI.» lui, întrebaţi-i ce atitudine au faţă de modul în care sunt utilizate ilalrle furnizate de ei şi încercaţi să obţineţi comentarii asupra concluziilor I» i nir de rezultate. Această abordare vă poate conduce spre un articol IIIML Imn.

De unde provin datele?

DarlI cineva nu vă poate spune de unde provin cifrele – cum se întâmpla» Îi mm în cazul cercetărilor la mâna a doua sau al sondajelor legate de n/un Ude altor sondaje –, ar trebui să reprezinte un semnal de alarmă.

De ce sunt date publicităţii aceste date?

I la IM) mi se spune asta? Există vreun interes ascuns sau vreo perspectivă Ki tui i5 doresc să o promoveze? Un studiu referitor la impactul interzicerii» Imnului asupra locurilor de muncă din mediul rural are o credibilitate I (t/ulii dacă provine de la cercetători angajaţi de un grup care susţine (HMlul Mlunea de a vâna. Cu toate acestea, rezultatele falsificate în mod lltHIhci al de către grupurile de presiune se întâlnesc destul de rar. E mult inul pinhahil să nu publice studiile care contravin intereselor lor. E şi lllil! Probabil să interpreteze cifrele în aşa fel încât să ilustreze o idee MW oneepută. Pe parcursul acestui capitol voi prezenta diversele modalităţi Im manipulare a statisticilor.

Dl ce sunt făcute publice rezultatele în acest moment?

Mmuiuiii ales nu este aproape niciodată întâmplător, chiar şi în ceea ce PAVOyiO cercetările academice. Ceea ce poate părea o dată oarecare la care universitarii rupţi de realitate şi-au încheiat studiul hi lui nul lor de fildeş şi au dezvăluit roadele înţelepciunii lor se va dovedi mai degrabă o dată legată de necesitatea de a reîncerca să obţină fonduri guverna-mentale, noi sponsorizări sau legată de nevoia de a menţiona

printre realizările departamentului publicarea rezultatelor încă unui proiect, în timp util pentru următoarea evaluare guvernamentală. În cazul datelor furnizate de companiile comerciale şi de grupurile de presiune, puteţi fi absolut sigur că momentul ales are o implicaţie puternică. Firmele se pun în mişcare când e vorba despre lansarea unui produs nou, despre apariţia unei companii concurente, iminenţa unei şedinţe a acţionarilor etc. Motivaţia alegerii unui moment anume nu este întotdeauna evidentă. Cu toate acestea, ea trebuie să figureze invariabil în contextul articolului.

Toate datele sunt reprezentate de cifre rotunjite?

Aceasta reprezintă cu siguranţă un indiciu că rigoarea ştiinţifică Iasă de dorit. O regulă bună este să presupuneţi că orice sursă care susţine că „50% sunt de părere că…” sau „60% procedează în felul următor…” este vinovată până la probă contrarie.

Graficele sunt realizate cu onestitate?

Graficele au gradaţii pe verticală şi pe orizontală, iar acestea pot fi ajustate pentru a crea impresia dorită. O creştere minoră poate fi făcută să pară destul de mare sau viceversa. Diagramele ori graficele pot fi şi ele înşelătoare. Un vechi truc este graficul ce reprezintă veniturile sub forma unor săculeţi cu bani. Dacă un anumit venit este de două ori mai mare decât altul, atunci va fi reprezentat sub forma unui săculeţ cu o înălţime de două ori mai mare decât primul; acest fapt

induce însă în eroare, deoarece săculeţul respectiv va avea o suprafaţă de patru ori mai mare şi un volum de opt ori mai mare decât primul.

Până aici, nu a fost necesară decât o doză de bun-simţ şi de suspiciune jurnalistică veritabilă. Vă veţi descurca, între nişte limite; însă, pentru a scrie un articol bun în legătură cu datele statistice, ente nevoie de

IHftülü cunoştinţe matematice de bază. Fără acestea, veţi H înşelat. De enemplu, o firmă aflaţii în mijlocul unei dispute referitoare la plata ni)». Tiaţilor declară că salariul mediu al acestora este de 28.000 de lire Mei line. Scrieţi aceasta în articol, şi vă faceţi de râs. Ceea ce tocmai vi h îi comunicat este media salariilor, calculată prin însumarea salariilor Uliu tor angajaţilor – inclusiv a celor patru directori care primesc în plus MX).000 de lire pe an. Dacă firma v-ar fi furnizat datele corecte, salariul mediu ar fi fost de 14.500 de lire. Dar în cazul în care nu ştiţi câte tipuri tic medii există, cu atât mai puţin ce reprezintă ele, cum aţi putea să nu vă înşelaţi? În continuare, iată ghidul jurnalistului privind uzurile şi ulm/urile celor mai frecvente statistici.

Valorile medii

L. Xislă trei tipuri de valori medii. Media aritmetică

Reprezintă ceea ce înţeleg majoritatea oamenilor prin medie. Se obţine prin însumarea tuturor valorilor, sumă se împarte la numărul de valori şi se oblânc media. Neajunsul este că maschează la fel de mult pe cât dezvăluie. Media

aritmetică nu este relevantă din punctul de vedere al ocurenţei unui anumit tip de valori. Ca şi în exemplul de mai sus, ea ascunde Hiplul că unele valori mai mari (sau mai mici) distorsionează complet rezultatul, obţinându-se astfel o falsă valoare medie. Din nefericire, această modalitate de calcul înşelătoare este folosită foarte frecvent. Spunem „din nefericire" pentru că, atunci când scrieţi despre „părintele obişnuit" hau „studentul obişnuit", nu vreţi să vă referiţi la o „medie" fictivă, ci la părintele ori studentul care reflectă media. Ceea ce ne conduce spre mediană.

Mediană

Lutr un set de valori, mediana reprezintă valoarea situată la mijlocul distribuţiei valorilor, Pun urmare, în cazul unui set de salarii care varia/JI de la 9.000 de lire la 23.000 de lire, dar majoritatea sunt situate înspre limita inferioară a scării valorice, salariul situat la mijlocul valorilor ar fi 14.500 de lire – o reflectare mai realistă a modului în care sunt plătiţi oamenii decât o medie aritmetică distorsionată de salariile imense ale câtorva directori. Confuzia dintre cele două tipuri de valori medii cel mai des utilizate este cauzată probabil de faptul că oamenii iau în considerare un set de valori cum ar fi numerele de la 1 la 20. În acest caz, media este 10, iar mediana tot 10, deoarece toate valorile sunt distribuite în mod egal şi sunt situate la diferenţe egale. De cele mai multe ori, datele din lumea reală diferă de acest exemplu.

Modulul

În câteva cuvinte, este valoarea ce apare de cele mai multe ori într-un set de valori.

Distribuţia valorilor

Adesea, distribuţia valorilor este la fel de relevantă ca şi mediana, iar cunoaşterea acesteia devine necesară pentru a putea începe să înţelegeţi datele. De exemplu, dacă media temperaturilor pentru două regiuni ar putea fi de 16 grade, se creează impresia că ele au climate asemănătoare. Greşit. E posibil să aibă aceeaşi medie a temperaturilor, dar maximă şi minimă termice ale primei regiuni să fie situate la o distanţă de 45 de grade, iar în cazul celei de-a doua la o distanţă de 130 de grade. Climatele lor sunt deci foarte diferite.

Distanţa pe care sunt situate valorile se numeşte distribuţie. Majoritatea datelor sociale au o distribuţie normală, cu valori situate aproape de medie, plus alte câteva la fiecare extremă. De exemplu, statisticile referitoare la numărul mediu de ore de somn pe noapte în cazul persoanelor cu vârste cuprinse între 21 şi 40 de ani vor avea o distribuţie normală. Puţini oameni se descurcă în mod regulii! Eu numai cinci sau chiar mai puţine ore de somn pe noapte şi nu mulţi nu nevoie de mai mult de nouă ore. Majoritatea valorilor se voi nliim tu pieiijniit nivelului

I’KI. ZI.NTAMMA OATKI. OIT NUMUKICI! $1 A STATISTICILOR 135

Ile 75 – 8 ore, cu o tuclinare al>rup (a în ambele direcţii ale scalei de unlori. Reprezentarea

acestei distribuţii pe un grafic are drept rezultat o nu M în formă de clopot, în statistică ea descriind o distribuţie normală, în Neliimb, veniturile persoanelor cu vârste între 21 şi 40 de ani ar varia Mlrom de mult – unii trăiesc din ajutorul de şomaj, alţii sunt milionari. În această situaţie, distribuţia ar fi mult mai inegală.

Deviaţia standard

Amlil cât de strâns sunt distribuite valorile în jurul mediei. Valorile nihile foarte aproape unele de altele au o deviaţie standard redusă. Vulorile situate la distanţe mari au o deviaţie standard mult mai ridicată. Deşi unii v-ar sfătui să nu vă încărcaţi mintea literară cu asemenea chestiuni, deviaţia standard se poate dovedi foarte semnificativă. Să Intim în considerare o ştire despre un studiu care compară rezultatele obţinute la un examen, în două şcoli. Disney Highschool are o medie mi. Îi mare decât MGM Academy. De sine stătător, acest fapt nu înseamnă rit elevii de la Disney sunt mai deştepţi sau că nivelul predării e mai ildieat. Prin urmare, raportarea acestor numere, fără alte comentarii, poate induce în eroare. Totuşi, deviaţia standard va oferi un context şi Informaţii suplimentare importante şi, de asemenea, va indica alte întrebări care necesită răspuns. O deviaţie standard mai mare în cazul uneia dintre şcoli semnalează faptul că acolo există mai mulţi elevi care Mi luat examenul decât la cealaltă şcoală. Întrebaţi de ce. S-ar putea să îi llaţi că la MGM sunt admişi elevi cu potenţialuri diferite, iar la

Disney, doar cei mai buni. Poate că la Disney toate eforturile se concentrează asupra educării celor mai buni elevi, iar la MGM foarte mult timp le este consacrat elevilor mai slabi, ceea ce trage în jos media generală a notelor la examene.

De asemenea, deviaţia standard poate fi utilă pentru a evalua presupusele legături dintre două circumstanţe. Dacă un studiu care stabileşte o legătură între lungimea piciorului unei persoane şi înclinaţia acesteia tic îl avea convingeri comuniste arc o deviaţie standard ridicată, există şansa ca relaţia respectivii stl existe în unele cazuri, dar cel mai adesea nu, Cu alte cuvinte, owlo o coincidenţă.

Procentele

Li uimitor cât de des greşesc reporterii la calcularea procentelor, când îşi fac de lucru cu câteva cifre într-un articol. Deci, pentru binele tuturor celor care au chiulit de la orele de matematică, iată cum se procedează: scădeţi valoarea iniţială din valoarea nouă, împărţiţi rezultatul la valoarea iniţială, apoi înmulţiţi numărul obţinut cu 100.

E atât de simplu, şi totuşi generează multe confuzii. De exemplu, într-un articol nu au ce căuta scăderi de peste 100 de procente, pentru est aşa ceva e matematic imposibil. Nimic nu poate fi redus cu mai mult de 100%, pentru că, dacă ar fi aşa, ar însemna că a dispărut cu desăvârşire, Dacă aveţi îndoieli, revedeţi metoda din paragraful anterior şi încercaţi să obţineţi un rezultat mai

mare decât 100. Dacă o valoare a fost redusă la un sfert din cât era, înseamnă că a fost redusă cu 75%, nu cu 400%.

Iată mai jos şi alte capcane ale procentajelor:

Valorile iniţiale

Reprezintă valoarea veche, valoarea cu care este comparată o valoare nouă. Fiţi atent întotdeauna la valoarea iniţială. Cu excepţia surselor de o onestitate patologică, toate celelalte vor indica drept valoare iniţială numărul care, în raport cu valoarea nouă, conduce la rezultate favorabile cauzei lor. Întrebaţi-vă întotdeauna: de ce a fost ales acest număr drept valoare iniţială?

Alegeţi corect valoarea iniţială

Dacă o valoare a scăzut cu 40%, apoi a crescut cu 20%, mulţi jurnalişti vor scrie că jumătate din pierdere a fost recuperată. Nu este aşa. Dacă valoarea iniţială este 100 şi s-au pierdut 40 de procente, înseamnă că noua valoare este 60, iar creşterea de 20% a acesteia reprezintă doar 12, respectiv un nou total de 72, mai puţin decât 80 – adică valoarea care s-ar oléine dacă s-ar fi recuperat jumătate din pierdere.

inific la lipsa valorii iniţiale

IHillllclcţiilor şi celor care lucrează în domeniul reclamelor le place Imn le mult să strecoare în declaraţii unele afirmaţii care-i pot impresiona H) cri care nu-şi pun întrebări. „În momentul de faţă investim cu 25% Mini llltllt în şcoli”. 25% mai mult în raport cu ce anume? În raport cu unul trecut? Cu guvernul anterior? În raport cu cât se investeşte în npilriirc? Fără o

valoare iniţială, acest gen de comparaţie e inutilă – şi probabil e avansată mai mult pentru a ascunde ceva decât pentru a Informa, De asemenea, atenţie la sursele care pun la dispoziţie numai procentele, neînsoţite de valorile pe care se bazează.

Hocentele nu pot fi însumate

Nimeni nu vă opreşte să le adunaţi, dar nu faceţi asta dacă vreţi să prezentaţi faptele în mod corect. De exemplu, în cazul în care costul (latei de muncă a unei industrii a crescut cu 4%, costurile legate de NNlguritri au crescut cu 20%, iar materia primă s-a scumpit cu 2%, Mltllici creşterea totală nu este de 4 + 20 + 2 = 26%. Dacă meditaţi puţin, veţi realiza că, de fapt, costurile legate de asigurări nu reprezintă piolmbil decât o foarte mică parte în raport cu costul forţei de muncă sau ni materiei prime. Trebuie să adunaţi noile valori ale costurilor şi să folosiţi noul total pentru a recalcula procentul creşterii în raport cu valoarea totală iniţială a costurilor.

V cap de locuitor

T lud se face o comparaţie între două comunităţi, oraşe sau ţări, modificările procentuale mai curând păcălesc decât informează. Pentru a compara va Îmi legate de schimbările sociale, trebuie să cunoaşteţi numărul de locuitori din ambele zone, ca să calculaţi modificările pe cap de locuitor.

Să presupunem, parafrazând un exemplu din excelenta carte a lui Darrell Muff flow la Lie witli

Statistics, că scrieţi un articol despre violurile petrecute în două oraşe. În oraşul A şi oraşul B se înregistrează

Cele. M) de violuri pe mi. Această informatic le face să pută similare, pâuil când întrebaţi cum au evoluat lucrurile. Aflaţi că, acum cinci ani, s-au înregistrat 42 de violuri în oraşul A şi 29 în oraşul B. Prin urmare, în oraşul A rata de creştere este de 19%, iar în oraşul B, de 72%. Pe ba/a acestor date, jurnaliştii grăbiţi ar putea plănui să scrie un articol despre criza violurilor în oraşul B, întrebându-se ce se petrece acolo şi ce măsuri se iau. Marile oraşe tind însă să aibă o rată a criminalităţii mai mare decât oraşele mici. Trebuie să aflaţi situaţia raportată pe cap de locuitor. Calcului se face împărţind numărul delictelor la numărul de locuitori, apoi, ca să evitaţi calculele cu numere fracţionare foarte mici, înmulţiţi rezultatul cu 100.000 şi obţineţi rată la 100.000 de locuitori. Acum, lucrurile par puţin diferite. Cu cinci ani în urmă, oraşul A avea 550.000 de locuitori şi o rată a violurilor de 7, 64 la 100.000 de locuitori. Oraşul B avea o populaţie de 450.000 de locuitori şi o rată a violurilor de 6, 44 la 100.000 de locuitori. În prezent, oraşul A arc 600.000 de locuitori şi o rată a violurilor de 8, 33 la 100.000 de locuitori, iar oraşul B, care s-a extins extrem de mult, are o populaţie de 800.000 de locuitori şi o rată a violurilor de 6, 5 la 100.000 de locuitori. Aşadar, în realitate, rata violurilor în oraşul B a scăzut cu aproape trei procente, iar în oraşul A a crescut cu nouă procente. Acum aveţi

informaţiile necesare pentru un articol mai corect, mai echilibrat şi mai puţin isteric.

Atunci când faceţi o comparaţie, trebuie să cunoaşteţi valoarea pe unitate – pe cap de locuitor, pe familie sau pe kilometri. De exemplu, siguranţa rutieră poate fi măsurată numai pe baza numărului de accidente sau de victime pe kilometru parcurs. Numărul mare de victime ale unor accidente aviatice din 1998, comparat cu cifrele din 1952, ar putea sugera că avioanele sunt mai puţin sigure în prezent. Dacă punem alături rata pe kilometru parcurs, eroarea este corectată rapid. Nu uitaţi: nu comparaţi mere cu pere. Rata mortalităţii în armata Marii Britanii este mai mică decât în sătucul Lower Piddlington. Deloc surprinzător, unul din grupuri e alcătuit din tineri sănătoşi, iar celălalt din hătrâui săraci.

Anchetele

I Unire toate tipurile de ştiri, cele despre anchete sunt cele mai suspecte. O i Ice specialist în imagine a realizat de mult timp că acesta este un mijloc foarte eficient de a câştiga atenţia mijloacelor de informare asupra cauzei, produsului, strategiei politice sau organizaţiei sale. Se alege o rlicsliune controversată sau un subiect demn de atenţia presei, se pun întrebări oamenilor de pe stradă şi apoi se alcătuieşte un comunicat de pronii care ne dezvăluie că X este rasa de câini preferată a naţiunii, Y politică publică preferată şi Z% din populaţie se ocupă cu diverse lucruri. În fiecare zi, ziarele înghit aceste informaţii lipsite de fundament vmnţific şi le

tipăresc. Şi mai jenante sunt anchetele sociale, care M’iiuialează descoperirea unei noi subspecii în societate, pe baza unor idspunsuri grăbite la câteva întrebări formulate la întâmplare.

Majoritatea anchetelor care încearcă să-i păcălească pe jurnalişti nu provin din surse academice, ci de la instituţii comerciale şi activişti politici. Niciunul dintre grupuri nu are experienţă în organizarea unor anchete obiective. În concluzie, când aveţi în faţă rezultatele unei anchete, întrebaţi-vă în primul rând: cine vă comunică informaţiile şi în ce RCOP? Există mai multe capcane în ceea ce priveşte anchetele.

Ce este eşantionul?

De foarte multe ori, unele ştiri considerate foarte importante îşi pierd Valoarea atunci când se pune întrebarea: cât de mare a fost eşantionul? IMnă şi unor jurnalişti cu experienţă de la ziare naţionale li s-a întâmplat nN scrie articole de câte 700 de cuvinte bazate pe anchete care s-au dovedit a fi realizate pe eşantioane de câteva zeci de subiecţi. Asemenea eşantioane, dacă nu constituie o fracţiune însemnată din totalul grupului evaluat (de exemplu, un eşantion de 20 de elevi dintr-o clasă cu un efectiv de 40), au o şansă extrem de mică de a fi reprezentative. Concluziile lor pot părea interesante (fapt deloc surprinzător, având în vedere că nu sunt reprezentative), dar nu este un motiv pentru a fi publicate. Responsabilitatea jurnalistului nu presupune doar găsirea unei surse pentru nu articol, ci şi anali/arca relevantei materialului, l

locuri, aceasta înseamnă luarea deciziei că ştirea respectivă nu este de fapt o ştire.

Cât de mare trebuie să fie eşantionul? I

Evident, cu cât eşantionul este mai mare, cu atât e mai reprezentativ. Dar, dacă subiecţii sunt atent aleşi, acesta nu trebuie să fie extrem de mare. Unele anchete realizate pe un eşantion de 1.600 de persoane pot oferi o imagine pertinentă asupra opiniilor unei naţiuni cu 50 de milioane de locuitori, dacă sunt realizate cum trebuie. Ele nu reprezintă însă decât un simplu ghid. Eficienţa sa este indicată de marjă de eroare.

Ce înseamnă marja de eroare?

Este un indicator al acurateţei anchetei. Să presupunem că o anchetă arc o marjă de eroare de 2, 5%. Conform datelor obţinute, 45% dintre locuitori susţin partidul aflat la guvernare, aşa că rezultatul se poate situa între 42, 5% şi 47, 5%. Marja de eroare este calculată având în vedere mărimea eşantionului (indiferent de ansamblul populaţiei evaluate). Mărimea eşantionului dictează marja de eroare, fără a avea vreo legătura cu totalul restului populaţiei. Un eşantion de 1.600 de subiecţi arc o marjă de eroare de 2, 5%, iar un eşantion de 400 de subiecţi una de 5%. Un eşantion de 100 de subiecţi, număr des întâlnit în anchetele făcute pentru consolidarea imaginii publice, are o marjă de eroare de 10%. Aceasta înseamnă că, dacă rezultatele indică 50% în favoarea lui X, în realitate, procentajul se situează undeva între 40% şi 60% – un rezultat nu foarte exact.

Cum au fost selectaţi subiecţii?

Din punctul de vedere al credibilităţii, există o mare diferenţă între un eşantion ales la întâmplare şi unul în care subiecţii s-au oferit ei înşişi să răspundă. La cele de ultimul tip răspund de obicei persoanele cu o anumită motivaţie fie activişti cu opinii puternice (ptiu ut nune, departe

Îi li reprezentativi), Ile Indivizi cărora li s-a oferit o recompensă I tont III a răspunde la întrebări („Completaţi chestionarul acesta şi sunteţi Inneris la tombolă”).

T Inc face parte din eşantion?

I hi eşantion bun, cu subiecţi selectaţi aleatoriu, le oferă tuturor şansa de a participa la anchetă. Nici chiar pentru statisticieni acest lucru nu este Uyor de realizat. În definitiv, unde să te duci ca să găseşti un eşantion „reprezentativ”? Pe stradă? Să îi ratezi pe cei aflaţi la serviciu, pe cei i ale nu ies des din casă şi pe cei ce merg cu maşina? Să mergi din uşă la uşă şi să îi ratezi pe cei aflaţi la serviciu, la cumpărături, în vizită, la dheoiecă, la restaurant? Să faci ancheta seară sau dimineaţa? Iată de iv anchetele profesioniste se desfăşoară prin stratificarea eşantionului nies aleatoriu – şi anume prin divizarea populaţiei în câteva grupuri de mărimi proporţionale cu partea pe care o reprezintă în raport cu întregul, t hiar şi în acest caz, acurateţea anchetei depinde de găsirea numărului necesar de – spre exemplu – femei cu vârsta între 25 şi 40 de ani şi cu un anumit venit. Adevărul este că toate metodele prezintă probleme legale de distorsionări, fie că

acest lucru e conştientizat sau nu.

(Ine nu face parte din eşantion?

Adesea, acest lucru este la fel de important ca şi cel anterior. Darrel Hu IT citează exemplul unei anchete ample, desfăşurate cu mulţi ani în nună, referitor la salariile promoţiei care a absolvit Yale University în IM24. Rezultatul a fost 25.111 dolari, respondenţii fiind contactaţi pe Iu/a unor anuare din diferite domenii etc. Cu alte cuvinte, erau directori executivi şi directori de companii. Absolvenţii de la Yale din acel an care nu avuseseră succes nu ar fi fost uşor de găsit şi, chiar dacă ar fi fost identificaţi, probabil ar fi refuzat să răspundă. Dacă o anchetă se desfăşoară prin intermediul unor chestionare expediate prin poştă, întrebaţi ce procent din subiecţi nu au răspuns şi din ce motive.

Rezultatele sunt calculate în raport cu întregul eşantion sau doar în raport cu cei care au răspuns la întrebări?

Într-un comunicat de presă se afirmă că, potrivit unei anchete referitoare la atitudinea afaceriştilor faţă de ratele dobânzilor, 80% dintre companii au susţinut că dobânzile mari reprezintă o problemă. Chiar aşa să fie? Întrebaţi câte chestionare au fost expediate. Răspuns: 2000. Câte companii au trimis înapoi chestionarul completat? Răspuns: 160, dintre care 80% susţin că dobânzile ridicate sunt o problemă. Afirmaţia cinstită este: „Potrivit unei anchete referitoare la atitudinea afaceriştilor faţă de ratele dobânzilor, 80% dintre cei care au răspuns le-au considerat a

fi o problemă, dar 93% dintre cele 2000 de companii solicitate nu au răspuns la anchetă”.

Subiecţii trebuie să răspundă unor întrebări despre ei înşişi?

Dacă da, fiţi atent, în special în cazul în care întrebările anchetei se referă mai curând la comportamentul oamenilor decât la convingerile lor. Unele răspunsuri sunt stigmatizate, iar altele nu? De exemplu, în cadrul unei anchete legate de igiena personală sau de onestitate, e mal puţin probabil că oamenii să recunoască faţă de un străin micile lor defecte sau greşeli. Exemplul cel mai clar în acest sens îl reprezintă anchetele referitoare la viaţa sexuală. Acestea sunt sortite din start să primească răspunsuri exagerate din partea exhibiţioniştilor sau a lăudăroşilor. Persoanele pudibonde, mai puţin aventuroase şi mai discrete, vor avea reticenţe legate de participarea la anchetă.

Întrebările sunt formulate echitabil?

În unele anchete care par de încredere şi totuşi oferă rezultate surprinzătoare, cereţi să vi se arate întrebările. Cele cu intenţie clară de manipulare sunt rare („Culoarea roşie a fost asociată grupurilor cu venituri mici. Acum, puteţi să-mi spuneţi care e culoarea dumneavoastră proferaţii V Mai (Ion Inlllnlle sunt o serie de întrebări care îl conduc în unul treptat pe respoiulciitul mai naiv într-o anumită direcţie.

(lt de sincere sunt răspunsurile?

În special în anchetele legate de atitudine sau de comportament, oamenii Und să dea răspunsuri

despre care cred că îi vor face pe ceilalţi să-i împecte mai mult. De aici şi faimoasă anchetă realizată la iniţiativa Nmsof the World, prin care oamenii erau întrebaţi care articole le plac l care nu. Majoritatea au răspuns că le plac articolele de fond şi cele cu Iernatică religioasă; puţini au mărturisit că citesc ştirile despre abuzuri flexuale. Ziarul a renunţat la cele din urmă, iar vânzările sale au scăzut

Brusc.

Sondajele de opinie

Instituţiile cu renume ce realizează sondaje de opinie se fac rareori vinovate de greşelile descrise mai sus. Atât timp cât rezultatele lor sunt prezentate cu acurateţe (ceea ce presupune şi precizarea marjei de eroare la cadrul articolului), însoţite de unele elemente de context, şansa de a-i Induce în eroare pe cititori este destul de mică. La urma urmei, ei hotărăsc cât de multă încredere au în sondaje.

Pericolul legat de sondajele de opinie provine din interpretarea lor. JYobuic avute în vedere câteva elemente-cheie.

Tendinţele indicate de mai multe sondaje de opinie sâni mai relevante decât cele oferite de unul singur

Un sondaj unic poate fi înşelător, deci nu trebuie să i se acorde multă încredere, dar, dacă mai multe sondaje indică aceeaşi tendinţă, există (jiu, se mări ca ea să fie realistă.

Fiţi atenţi la mărimea eşantionului

În ceea ce priveşte sondajele pe teme politice,

mai ales cele din preajma alegerilor, mass-media comandă adesea sondaje la intervale scurte de timp. Ele tind să folosească eşantioane mici şi să fie mai puţin repro zentative.

Când comparaţi rezultatele mai multor sondaje, nu pierdeţi din vedere marja de eroare

Eroarea clasică în comentarea rezultatelor sondajelor de opinie este compararea acestora şi tragerea unor concluzii care nu se justifică. Dacii rezultatele primului sondaj arată că 45% sprijină guvernul, iar 42% sunt în favoarea opoziţiei, în timp ce un al doilea sondaj indică un procent de 45% pentru ambele tendinţe, înseamnă că guvernul a pierdut teren? Răspunsul depinde de marjă de eroare. Dacă primul sondaj are o marjă de eroare de 3%, înseamnă că procentul de simpatizanţi ai guvernului este cuprins între 42% şi 48%, iar simpatizanţii opoziţiei însumează între 39% şi 45%. Dacă şi al doilea sondaj are o marjă de eroaro tot de 3%, rezultă că atât susţinătorii guvernului, cât şi ai opoziţiei reprezintă între 41% şi 47%. Rezultatele celui de-al doilea sondaj se situează în limitele marjei de eroare a primului sondaj; prin urmare, din punct de vedere statistic, situaţia nu s-a schimbat. Pentru a trage concluzii, este nevoie de alte sondaje, care să indice rezultate diferite faţă de primele.

Corelaţiile

În jurnalism, unul dintre cele mai periculoase cuvinte este legătură, Foarte multe articole care induc în eroare apar din cauza faptului că unele persoane care îşi urmăresc interesele declară că

există o relaţie între două chestiuni, iar jurnaliştii nu pun destule întrebări. Drept rezultat, se creează o confuzie între corelaţiile statistice şi relaţiile mu/ale, ini ele nu sâni identice. Corelarea rezultatelor poate (1 – şi pnilmhil este o coincidenţii. Legătura dintre ele se stabileşte atunci» lud un lucru îl determină pe altul sau contribuie la apariţia sa.

ÀNoelerca a doi factori nu reprezintă dovada unei relaţii dintre ei. De Miniplu, poate exista o corelaţie între puterea de cumpărare a preoţilor iutnllcl şi vânzarea de prezervative, dar asta nu înseamnă că între cele în mii aspecte există şi o legătură. Jurnaliştilor li se semnalează toate lipmile de legături economice oarecum plauzibile (dar la fel de false), la iat Cea mai probabilă explicaţie este pur şi simplu faptul că, într-o puii iadă de dezvoltare economică, majoritatea datelor înregistrează trofierl, iar multe date ce nu au nicio legătură între ele se întâmpla să bfPMNcă în proporţii perfect identice. În acest caz, cea mai potrivită implicaţie este hazardul, ca şi în cazul multor alte corelări.

Fylli din domeniul sănătăţii

tirllc în care apar cel mai frecvent aşa-zise „legături” sunt cele din ilfillicniţil sănătăţii. De exemplu, vi se spune că există o corelaţie clară Iulie consumul cu moderaţie al vinului şi micşorarea incidenţei cazurilor iii» cancer. Înainte de a prezenta într-un articol o astfel de corelaţie, i undaţi puţin. Este foarte posibil ca persoanele care consumă vin cu un Hieratic să facă şi alte

lucruri care le scad probabilitatea de a se îmbolnăvi de cancer – au o stare materială mai bună, sunt mai sănătoase, iini) i mai des la controale medicale, fumează mai puţin, evită mai 9 (teicii! Stresul etc. Acesta este un exemplu clasic al modului în care i nuicxtul folosit inteligent şi în mod echilibrat poate induce ideea unei h lţniuii. Un caz asemănător este cel al articolelor care compară rata îmbolnăvirilor din mai multe ţări. Adesea, ele relevă rezultate surprinzătoare. De exemplu, rata îmbolnăvirilor de cancer în ţările dezvoltate PMO, în mod normal, mult mai mare decât în ţările mai sărace. Acest lupi înseamnă oare că naţiunile mai sărace ne pot împărtăşi vreun secret la ceea ce priveşte dieta? E posibil; însă explicaţia ar putea fi simplul lupt că, deoarece cancerul este în cea mai mare parte o boală a vârstei mijlocii şi înaintate, în ţările mai dezvoltate oamenii au o viaţă suficient de lungă încât să se îmbolnăvească mai frecvent de cancer.

În relatarea ştirilor legate de sănătate sau de siguranţa populaţiei, nu uitaţi că statisticile deceselor sunt întotdeauna mai precise decât cele referitoare la accidentări. Consemnarea cauzei decesului este impusă prin lege, aşa că astfel de cifre sunt mult mai demne de încredere. De asemenea, acest tip de date sunt obiective, pe când în cazul rănirilor realitatea poate fi distorsionată, dată fiind motivaţia de a exagera datorată implicaţiilor financiare, cum ar fi primele de asigurare sau daunele.

Studii bazate pe analiza Cluster

Un alt tip de ştire în care o „conexiune” aparent convingătoare îi poate păcăli pe cei neavizaţi îl reprezintă studiile despre rata îmbolnăvirilor în zonele situate în apropierea liniilor de înaltă tensiune, a spaţiilor de depozitare a reziduurilor toxice sau a fermelor unde au fost folosite pesticide etc. Astfel de studii sunt realizate de obicei de activişti sau avocaţi care acţionează în interesul victimelor şi s-au dovedit extrem de importante în semnalarea pericolului legat de ameninţarea siguranţei mediului. Însă, adesea, se ajunge la false „conexiuni”, întrucât cercetătorii, nerăbdători să dovedească un anumit lucru, încep să selecteze datele convenabile şi modifică delimitarea arealului respectiv, mărindu-l sau micşorându-l, pentru a obţine rezultatele dorite. Verificaţi întotdeauna suprafaţa zonei investigate, pentru că este adesea lipsită de relevanţă. Aceleaşi trucuri se pot întâlni şi în cazul studiilor realizate la iniţiativa guvernului, care încearcă să nege existenţa vreunei probleme.

Pronosticurile

Sursele exagerează în mod frecvent pronosticurile. Cea mai întâlnită metodă este preluarea celei mai mari rate de creştere şi aplicarea ei pe parcursul unei perioade cu mult mai lungi decât cea în care până şi creşterile iniţiale (de obicei mai mari, în procente) ar fi amortizate.

„Avem pierderi dû 7.000.000 pe lună”.

(companiile fac adesea acest gen de declaraţii în timpul grevelor. Întrebarea Mic cum se ajunge

la o astfel de sumă. Aproape întotdeauna, ea este calculată prin estimarea celei mai productive zile din an, înmulţită cu J65, apoi se adaugă estimările tuturor tipurilor de pierderi – măririle primelor de asigurare, costul alegerilor diferite făcute de clienţi etc. Întrebaţi mai întâi care a fost cifra de afaceri în anul anterior, apoi de ce llliume estimarea pierderilor firmei într-o lună este mai mare de câteva ori decât cifra de afaceri de anul trecut.

Creşterea reală versus creşterea aparentă

Aceasta este o altă sursă de decepţii, deoarece tot mai multe rapoarte nu dezvăluie neapărat o creştere reală. Există, mai degrabă, o conştientizare sporită, a apărut necesitatea rapoartelor obligatorii, sau un nou impuls de a întocmi rapoarte. Toţi aceşti factori sunt importanţi în context şi capătă greutate mai ales atunci când ştirea lunii este legată de un tip de comportament, de obicei o infracţiune. Unul dintre primele lucruri care se întâmplă e „botezarea” fenomenului cu o sintagmă ce prinde la public. „Agresivitatea la volan” e un exemplu bun. Dintr-odată, fenomenul respectiv pare că s-a răspândit pretutindeni, însă analiza statistică arată că „noul fenomen agresiv” e rareori atât de „nou” ori atât de „agresiv” pe cât indică articolele din ziare.

S-a modificat definiţia subiectului anchetat?

Înfiinţarea a tot mai multe grădiniţe, de exemplu, poate genera o aparentă creştere a numărului de copii „şcolarizaţi”, însă concluzia că a crescut raia şcolarizării în rândui copiilor mai

mici de 5 ani este greşită.

Realitatea este mai interesantă decât exagerarea sau mitul

Mai întâi, pentru că e veritabilă. În al doilea rând, pentru că poate genera surprize. În ţările cu ierni aspre, ştirile frecvente sunt legate de accidentele rutiere cauzate de ninsorile bruşte. Dacă faceţi însă o investigaţie la nivelul datelor exacte, veţi afla că se petrec mai multe accidente în zilele însorite, senine – probabil de două ori mai multe decât în zilele cu ninsoare. Pe vreme bună, drumurile sunt mai aglomerate, însă în zilele cu vreme rea doar cei ce trebuie neapărat să se deplaseze (dintre care un procent mare e reprezentat de şoferii profesionişti) ies cu maşina. Prin urmare, au loc mai puţine accidente. „Ninsorile salvează vieţi omeneşti” nu e chiar o ştire de senzaţie, cum ar fi „Viscolul a făcut 13 victime”, dar e mai realistă şi mai originală.

În cele din urmă, dincolo de importanţa certă a statisticilor, nu uitaţi că prea multe cifre pot diminua chiar şi impactul celui mai bun articol. Utilizaţi doar ceea ce e neapărat necesar şi prezentaţi restul datelor folosind imagini, grafice, diagrame sau tabele.

O mie de „adevăruri” pe care le răspândesc şi le cred ignoranţii se risipesc atunci când sunt supuse analizei ştiinţifice.

Samuel Johnson

Capitolul 9

Documentarea online

Este o latură a misiunii sale sociale ca fiecare

mare ziar să fie un refugiu şi un cămin pentru cât mai mulţi salariaţi excentrici.

Lord Thomson, proprietarul ziarelor The Times şi Sunday Times din Londra, 1961 – 1981

În lume au avut loc trei revoluţii în ceea ce priveşte stocarea, prezentarea, comunicarea informaţiilor şi accesul la ele. Una dintre ele a fost apariţia CUV întului scris, cu mii de ani în urmă, cealaltă – invenţia tiparului, cu un te de ani în urmă, iar a treia este încă în plină desfăşurare. Desigur, este vorba despre Internet – mijlocul prin care orice persoană de pe planetă poate oferi informaţii care să fie citite instantaneu de toţi ceilalţi.

În 1990, dacă voiai să afli informaţii, acestea erau stocate pe hârtie Nim pe dischete; dacă doreai să obţii informaţii prin intermediul unei biblioteci, trebuia să te deplasezi până acolo, iar mesajele scrise se transmiteau prin intermediul faxului sau al poştei. După câţiva ani, lucrurile s-au schimbat. Oricine are acces la un calculator şi la un modem poate să facă publice informaţii accesibile întregii lumi, să acceseze, la rândul său, informaţii complexe, nu doar sub formă de text, vi. Cel mai important din punctul de vedere al documentării, să obţină instantaneu majoritatea informaţiilor scrise acumulate în paginile web (aliate într-o continuă expansiune) din lume. De exemplu, în prezent este posibil ca, aflându-vă în mijlocul Rusiei, să vă documentaţi şi să sericii un articol cu informaţii de ultimă oră despre fotbalul brazilian. Mi s-a întâmplat chiar mic

Iniernetul cuprinde 70 O O O de re (cic de calculatoare din întreaga lume, incluzând biblioteci, baze de date, companii comerciale, organizaţii nonguvernamentale, universităţi etc. Prin intermediul unui calculator şi al unui modem, cu uşurinţă şi repeziciune, chiar şi de acasă ori de la redacţie, reporterii pot:

să acceseze cantităţi imense de informaţii ce nu sunt disponibile prin alte mijloace; să verifice referinţe în mai multe dicţionare, enciclopedii, indexuri geografice, almanahuri şi glosare decât ştiau că există; să localizeze şi să contacteze surse şi specialişti; să caute în arhivele ziarelor.

Apoi, folosind calculatorul şi programul adecvat, au posibilitatea:

să stocheze informaţiile obţinute; să le utilizeze rapid; să încarce informaţii într-o bază de date; să efectueze căutări şi să analizeze baza de date.

Doar un fraier nu ar profita de aceste avantaje. Într-adevăr, a nu folosi Internetul pentru documentare echivalează cu refuzul unui reporter de a utiliza telefonul. Iată un exemplu banal: să presupunem că doi jurnalişti trebuie să scrie câte un articol despre sindromul de şoc toxic, o boală care le afectează pe unele femei ce folosesc tampoane igienice. Ei pot proceda în felul următor:

reporterul care nu apelează la Internet: foloseşte telefonul pentru a contacta medici şi a le pune întrebări legate de experienţa lor. Găseşte specialişti, le solicită interviuri şi caută informaţii

în afara literaturii de specialitate. Încearcă să intre în contact cu persoane care au susţinut anumite puncte de vedere legate de subiect, le intervievează şi, cu puţin noroc, ajunge să ia legătura cu persoane afectate. Intervievează şi reprezentanţi ai unei companii producătoare de tampoane; reporterul care apelează la Internet: face aceleaşi lucruri, însă, în plus, caută pe net subiecte asemănătoare şi găseşte site-uri ale unor grupuri de piotest care oferii informaţii despre subiect, prezintă articole Importante apărute recent în ziare, mărturii ale unor persoane afectate, dar şi site-uri ale companiilor considerate vinovate pentru acest sindrom. Din aceste site-uri obţine adresele de e-mail ale unor potenţiali intervievaţi prin telefon sau prin poşta electronică; încearcă să găsească informaţii despre subiect în arhivele unor ziare şi găseşte toate articolele recente pe această temă apărute în principalele publicaţii; accesează forumuri de ştiri şi de discuţii coordonate de grupuri de ajutor reciproc; găseşte relatări postate pe site-uri, numele unor specialişti; îi contactează pe aceştia prin e-mail, cerându-le permisiunea de a-i cita şi de a le adresa întrebări suplimentare. De asemenea, descoperă un unghi bun de abordare, prin intermediul relatării unui incident la începutul articolului, precum şi pagină web a singurului muzeu al menstruaţiei, anticipând o perspectivă.

Care dintre cei doi reporteri va fi solicitat pentru un nou articol?

În privinţa ştirilor de ultimă oră, Intemctul se poate dovedi şi mai ulii. Când s-au răspândit primele informaţii legate de masacrul de la liceul din Colombine, reporterii de la ziarul meu, al cărui sediu era la ÎI 2 (X) km depărtare de locul tragediei, au găsit site-uri web ale şcolii, pe care existau fotografii şi detalii despre situarea acesteia, site-uri ale unor ziare, posturi de radio şi TV locale care transmiteau ştiri despre eveniment, apoi au descoperit un site administrat de unul dintre cei doi adolescenţi asasini. La începutul anului 1999, când un vas care pescuia Neoici s-a scufundat în apropierea oraşului New Jersey, documentariştii de la Associated Press au accesat bazele de date pentru a obţine adresa companiei care deţinea vasul, data ultimei inspecţii, adresa unui membru al echipajului ce fusese dat dispărut şi numerele de telefon ale vecinilor l «Hi toate acestea doar în jumătate de oră. După cum spunea Robert J. Pori, redactor de ştiri la Associated Press:

Apelând la Internei, pot afla dacă o persoană a fost dată în judecată, dacă a divorţai Kiill dacii are dosar penal. Pot localiza în cinci minute orice persoană din St IA care foloseşte nu card bancar sau are un cont la o bancă, iar în mai puţin de 30 de minute îi pol locali/a toţi membrii familiei şi adresele la care a locuit.

Dar – şi aceasta e o obiecţie majoră – Internetul arc şi neajunsuri, Avantajul său imens este fantasticul volum de material disponibil, însă acesta constituie şi cel mai important dezavantaj

al netului. În mâinile unui novice, lipsa exerciţiului, atât în ceea ce priveşte ce anume să caute, dar şi unde să găsească rapid informaţiile (plus tentaţiile inevitabile de a pierde timp pe site-uri lipsite de relevanţă), poate transforma căutarea pe net într-o îndeletnicire îndelungată şi obositoare. Nu trebuie să căutaţi prea mult ca să daţi de jurnalişti care vorbesc despre „world wide wait”* şi despre unica lorjncercare de a căuta ceva pe net, la care au primit drept răspuns 345.789 de pagini web, pe un motor de căutare. Chiar şi cei care se documentează în mod regulat pe net apelează la metode ce generează pierderi de timp şi frustrări.

Pentru majoritatea acestor probleme (cu excepţia tentaţiei de a urmări pistele colaterale), există tehnici care le rezolvă sau le minimalizează şi care vor fi prezentate în acest capitol. De asemenea, sunt descrise limitele şi capcanele de care trebuie să se ferească jurnaliştii.

Reţeaua web

World Wide Web este cea mai cunoscută parte a Internetului. Aspectele sale cele mai dăunătoare – pornografia infantilă, paginile web stupide şi cele care promit mult, dar oferă puţin – beneficiază de multă publicitate. Paginile cele mai valoroase sunt mai puţin cunoscute: site-uri guvernamentale care oferă acces imediat la informaţii oficiale, rapoarte, planuri şi persoane de contact; resurse academice care pun la dispoziţie ghiduri, articole şi informaţii referitoare chiar şi la cele mai obscure subiecte; lucrări de

referinţă, de la Encyclopaedia Britannica la baze de date consacrate câte unui singur subiect; site-uri de ştiri şi arhivele

— Joc de cuvinte – de la www.world wide web, adică „reţea universală”, la „aşteptarea universală” (n.t.).

IM M\IMUN IA mi-a (INI. INI.

Hu, precum şi alte site urî pentru documentare, cum ar fi carii de Iriclon online, liste de evenimente care vor avea loc, baze de date ce localizează persoane, liste ale arhivelor publice, baze de date cu specialişti, persoane care se ocupă cu găsirea adreselor şi răspund la întrebări adresate frecvent. Dacă ştiţi unde să căutaţi, în câteva minute puteţi obţine teoretic orice fel de informaţii: de la baze de date, reclame TV, liste de avocaţi specializaţi în despăgubiri legate de accidente aeriene şi Hur un cu descrierea a 2000 de substanţe periculoase la arhive de Itriieolc despre crimă organizată, liste cu speciile pe cale de dispariţie şi NCiirte biografii ale politicienilor.

Pe măsură ce câştigaţi experienţă, veţi descoperi şi alte utilizări mai specializate ale Internetului, legate de documentare: găsirea unor surse şi a unor persoane de contact, solicitarea unor mărturii legate de tiibicclul pe care îl investigaţi, schimbul de informaţii cu jurnalişti de la publicaţii cu care nu concuraţi şi chiar descoperirea unor ştiri.

Prin urmare, cum trebuie început? Conform experienţei mele, cele mai productive în mod direct sunt iniţial ghidurile, şi nu motoarele de

căutare.

(Uli du vile

Acestea enumera cele mai utile site-uri referitoare la un anumit subiect, Insolite, de cele mai multe ori, de câteva observaţii legate de conţinutul lor. (Vie mai bune ghiduri au fost compilate din cele mai bune site-uri pe care le oferă motoarele de căutare, plus unele site-uri care pot fi omise din rezultatele generate de ele. Pe Internet există ghiduri referitoare la aproape orice, însă cele mai utile pentru jurnalişti sunt cele de tipul resurselor jieitiru documentare. Următoarea listă cu ghiduri demne de încredere nu reprezintă decât o fracţiune din vârful unui aisberg global (nu am consemnat şi adresele URL, pentru că ele se pot schimba. Pentru a găsi aceste site-uri, consultaţi indicaţiile de mai jos, referitoare la căutare):

American Ulmtry Association: extrem de util. Cuprinde un ghid al celor mai IHIIIU site urî cu referinţe alături de multe alte pagini

Weh utile, cum ar fi cele prin care puteţi identifica adresa unei persoane, hărţi rutiere, ghiduri ale oraşelor, adrese de e-mail alo celebrităţilor, cărţi de telefon online, linkuri pe teme istorice etc.

Awesome Lists: se menţine printre cele mai bune selecţii de site-uri de referinţă de o valoare adesea confirmată.

Beaucoup: o colecţie de aproximativ 1.000 de motoare de căutare, directoare şi indici din întreaga lume, organizate pe categorii cum ar fi:

General Searchers (Căutare generală), Reviewed Sites/What's New (Recenzii de site-uri/Noutăţi), Software, Référence (Instrumente de referinţă), Education (Educaţie), Art and Graphics (Artă şi grafică), Social/Environmental/Political Concems (Probleme sociale/de mediu/politice) şi Consumer Medicine (Ghiduri de medicină).

CIA World Facâbook: indiferent cu ce alte lucruri se mai ocupă, CIA adună şi informaţii în mod sistematic. Acest site oferă informaţii despre fiecare ţară, pe scară largă – date, informaţii generale şi ultimele noutăţi.

Finderăeeker: se consideră a fi motorul de căutare pentru motoare de căutare şi nu e departe de asta. Puteţi încerca să găsiţi un motor de căutare după subiect, cuvânt-cheie sau ţară.

Infonation: ghidul Naţiunilor Unite, el cuprinde informaţii detaliate despre toate statele membre, de la cifrele de bază legate de economie până la rata mortalităţii, procentul deţinătorilor de automobile etc.

Internaţionala – ffairs.com: cuprinde un mare număr de informaţii, rapoarte şi în special un ghid foarte bun pentru mass-media din întreaga lume.

Internet Sleuth: director web de motoare de căutare, cu scurte descrieri şi formule de căutare pentru peşte 3.000 de site-uri de pe wcb.

Librarians Index to the Internet: Un director web de resurse, în care se pot efectua căutări, organizate pe criterii cum ar fi „best of („cele mai bune"), directoare, „databases" (baze de date) şi „specific resources" (resurse specifice).

Needle în a Cyherstack: chiar dacă arc o denumire cam neinspirată, este cel mai bun site de documentare online Oferă tinkuri citire sile nil de referinţă importante, plus alte câteva sute, ca, de exemplu, ziare electronice, un index FAC {Frequently Asked Questions – întrebări frecvente), cărţi de telefon internaţionale, un ghid al muzeelor lumii, cea mai eficientă pagină web pentru localizarea persoanelor etc.

North Harris Collège Library Online Guide to US Government Information: oferă acces la o vastă cantitate de informaţii, incluzând multe materiale de referinţă şi date de ultimă oră utile pentru documentare generală, nu doar referitoare la SUA. Cuprinde linkuri către GOVBOT, motorul de căutare al Guvernului SUA, şi un ghid extrem de util pentru informaţii despre alte ţări ale lumii.

researchbuzz.com: un ghid permanent actualizat al resurselor aliate la dispoziţia utilizatorilor.

searchenginecolossus.com: o listă utilă cu motoare de căutare clasificate pe ţări.

The Ready Référence Page: o listă a celor mai importante resurse web, bazată pe sistemul de clasificare Dewey, alcătuită de bibliotecarii de la Lakewood Public Library.

Expert Finders: bază de date în care se pot efectua căutări, cuprinzând datele de contact ale unui mare număr de experţi.

Fxperts.com: unul dintre cele mai bune servicii web. Are un motor de căutare ce te conduce la o listă de experţi, oferind şi datele lor

de contact şi unele indicaţii asupra competenţelor lor.

Pitsco’s Ask an Expert: unul dintre cele mai renumite resurse online de specialişti. Are linkuri spre alte site-uri web, adrese de e-mail şi prezentările a peste 300 de experţi care sunt dispuşi să răspundă la întrebări.

Resursele jurnalistice

Dacii aveţi vreun dubiu legat de valoarea Internetului, petreceţi o oră cercetând câteva resurse dintre cele de mai jos şi veţi fi convertit. Chiar iji după şase ani de utilizare, încă nu am întâlnit nimic asemănător site-urilor ce îţi pot oferi Idei, sfaturi şi conexiuni, indiferent de tipul de jurnalism sau de editare practicat.

IUCSNET: cuprinde minunaţii generale despre mullc sulmvh», unelte pentru „domesticirea” Internetului şi alte facilitau peninl documentarea articolelor şi înţelegerea unor chestiuni legate de politicile publice.

www.Virtual Library: Journalism: include secţiuni legate de toate aspectele jurnalismului, precum şi un link spre forumuri.

The Beat Page: servicii pentru jurnalişti, prin e-mail sau come reia Io

UN Foundation Wire: un serviciu excelent de semnalare a ştirilor de ultimă oră. Necesită înregistrare că utilizator.

Poynter Institute: oferă una dintre cele mai bune liste de site-u” de jurnalism şi multe alte lucruri.

University of Miami Computer Assisted

Reporting Site: resurso extraordinare, oferă tutoriale detaliate pentru multe abilităţi noi.

Power Reporting.com: mii de resurse de documentare gratuite pentru jurnalişti, actualizate zilnic. Printre secţiunile sale se numără pagini web pentru localizarea persoanelor, motoare de cautaro «alerte prin e-mail, beat-by-beat etc. Cuprinde şi o secţiune excelenţii de site-uri de jurnalism asistat de calculator.

Site-uri de ştiri

Cele mai bune şi mai rapide site-uri de ştiri sunt următoarele: BBC World Service

Nu este doar un excelent serviciu de ştiri globale, dar include şi un ghid detaliat al viitoarelor evenimente, conferinţe, întâlniri, procese, alegeri etc.

Drudge Report

Liste faimosul site pe care au apărut câteva dintre ştirile cele mai importante din seria Monica Lewinsky. Pagina sa principală oferă o selecţie a celor mai bune servicii de ştiri. Nu este cel mai cuprinzător, însă e cel mai rapid şi mai uşor de utilizat.

11 IIMII completii a site-urilor de ştiri guvernamentale, mass-media şi ale IUM liţiilor de presă.

IVniru a căuta o anumită ştire, accesaţi mai întâi un site de ştiri unde vi ÎI» rtsi lista principalelor ştiri de ultimă oră. Cele mai bune site-uri im cele de mai sus, cărora li se adaugă BBC, CNN.com, Nando, net, Im lir’s Newstracker sau Northern Light’s News. Pentru ştiri locale,

twtţi, sile-urile web ale mass-mediei regionale. Yahoo oferă o listă incicnlă a mijloacelor de comunicare din orice regiune. Cea mai bună» uIIIvjl de ştiri este, de departe, newsindex.com. Faceţi o căutare pe mi k’ C subiect şi veţi obţine liste cu sute de ştiri de la agenţii şi ziare din lllireaga lume

Cutilarea

Hă. Blă două tipuri de căutare pe web. I) hr ctoa rele

Nllll liste compilate manual, asemenea celor de pe Yahoo, unde site-urile nitit evaluate, recenzate şi apoi afişate într-un număr suficient de mic pentru a putea fi procesate de utilizatori. Cu toate acestea, bazele lor de linie acoperă adesea o porţiune extrem de mică din reţeaua web. De «templu, pe Yahoo sunt listate doar aproximativ 35 % din totalul site-urilor disponibile. Totuşi, chiar şi cu aceste limite, ele reprezintă un bun punct de plecare.

Motoarele de căutare

Acestea, cum ar fi Hotbot, creează listele în mod automat. Programele Illimité spiders (păianjen!) scotocesc reţeaua web, copiază paginile şi npni, când este introdus un termen de căutare, le listează într-o presupusă im dine a relevanţei.

Motoarele de căutare nu sunt totuşi liste complete ale tuturor informaţiilor disponibile pe re tea. Ele sunt ba/e de date, iar acestea nu oferă decât ceea ce a fost introdus în ele. Dată fiind vastitatea reţelei (care creşte cu zeci de milioane

de pagini web pe an), nu e de mirare cil până şi cele mai complexe motoare de căutare nu acoperă decât 16 – 17% dintre site-urile disponibile. Majoritatea celor cunoscute acoperă cam zece procente din reţea. Deoarece motoarele de căutare reprezintă singura modalitate de a afla ce este disponibil, trebuie să cunoaştem adevărul pe care mulţi nu-l ştiu – şi anume că, pentru o persoană care foloseşte un singur motor de căutare, 85 – 90% din reţea rămâne asemenea unei cărţi închise.

Diversele motoare de căutare funcţionează în moduri diferite şi doar folosind mai multe veţi găsi ceea ce vă interesează. Un ghid excelent de utilizare a motoarelor de căutare şi a diverselor lor caracteristici este searchenginewatch.com. O regulă generală fermă, pe parcursul căutării, este să fiţi cât mai precişi. O căutare după sintagma armata populară din Timorul de Est este mult mai eficientă decât folosind doar cuvântul armată. De asemenea, trebuie să aveţi în vedere diferitele căutări pe care le puteţi efectua. Iată câteva scurte indicaţii:

Match Any (caută orice termen): afişează paginile web care conţin unul dintre termenii pe care i-aţi introdus. Poate genera liste foarte lungi de rezultate. Majoritatea marilor motoare de căutaro fac acest lucru în mod obişnuit, afişând la începutul listei paginilo care conţin toţi termenii introduşi în câmpul de căutare, apoi paginile ce conţin doar unii termeni etc.

Match Any (caută toţi termenii): caută

paginile care conţin toţi termenii introduşi, nu pe fiecare dintre ei. Folosiţi simbolul + pentru a introduce doi sau mai mulţi termeni. De exemplu, dacă introduceţi + Türcia + cutremur, veţi obţine pagini web în care sunt menţionaţi ambii termeni.

Exclude: elimină din listă documentele care conţin anumite cuvinte, De exemplu, dacă vreţi să căutaţi informaţii despre Clinton şi Waco, dar ştiţi că veţi obţine foarte multe referiri la scandalul Monica Lewinski, le puteţi elimina folosind comanda – în felul în iniilor: I (Union l Wkllti I.ewinsky. Astfel, din listă sf ni eliminate toate paginile referitoare în Monica Lewinski.

rinuse Searchhift (căutarea unei sintagme): utilizarea simbolului 4-îi comunică motorului de căutare să returneze doar paginile web în care sunt menţionate toate acele cuvinte. O căutare după sintagma + Kenya + faună + concedii va oferi o listă de pagini web legate mai ales de concedii, care fac referiri în treacăt la Kenya sau la faună. Soluţia este căutarea prin intermediul unei sintagme. Astfel, veţi obţine documente care conţin cuvintele respective în ordinea pe care o precizaţi. Puteţi face acest lucru plasând termenii între ghilimele – de exemplu, „Kenya faună concediu”. Procedând astfel, sunt afişate numai site-urile în care apar cele trei cuvinte, în ordinea respectivă.

Title Searching (căutare după titlu): identifică un cuvânt sau o sintagmă folosite în titlul unei pagini web, eliminând astfel paginile în care termenul căutat este doar menţionat în treacăt în

text. Pentru a realiza acest lucru, scrieţi în câmpul de căutare:

Title: cuvântul (cuvintele) pe care îl (le) căutaţi Folosiţi comanda/: În loc de titlu: pentru a căuta pe Yahoo.

Site Search (căutare pe un site): caută numai paginile dintr-un anumit domeniu. Introduceţi:

Domain: numele domeniului (de exemplu, bloggs.com).

Majoritatea motoarelor de căutare folosesc prefixul domain: pentru acest tip de căutare. Alta Vista foloseşte host:

Combining (combinarea): oricare dintre metodele de rafinare a căutării descrise mai sus pot fi combinate, pentru a face căutări mai precise. Acest procedeu se numeşte nesting şi vă permite să alcătuiţi termeni complecşi de căutare, prin intermediul parantezelor, în felul următor:

Impeaehment AND (Clinton OR Johnson)

Aceste combinaţii pol şi oricât de lungi doriţi, iar căutările combinate pot fi utilizate în relaţie eu alţi termeni, prin intermediul comenzilor – îşi pentru a obţine rezultate şi mai exacte, combinaţi oricare dintre cele două metode de rafinare. De exemplu, pentru a căuta informaţii despre Timonil de Est doar în pagini ale ONU, introduceţi:

Domain: un org „East Timor”.

Dacă o căutare pe sintagma „East Timor” vă conduce la o listit imensă de rezultate din paginile ONU, încercaţi să scăpaţi de paginilo ONU procedând astfel:

„East Timor” – domain: un org

Dacă vreţi să restrângeţi căutarea doar la paginile universităţilor, introduceţi:

„East Timor” + domain: edu

Iar dacă doriţi să căutaţi numai pe site-urile britanice: „East Timor” – hhost: uk

Wildcards (asteriscuri – J: dacă nu sunteţi siguri de ortografia unui cuvânt sau dacă doriţi să faceţi o căutare după toate rădăcinile unui cuvânt (de exemplu, plimba, plimbare şi plimbat), adăugaţi simbolul după subiectul ales. Unele motoare de căutare fac acest lucru în mod automat.

Natural Language (limbaj natural): semnifică o căutare prin intermediul unei întrebări: „De unde izvorăşte Nilul?”. Are o eficienţă redusă, cu excepţia cazurilor în care orice altă metodă a eşuat.

Strategii de căutare avansată

Majoritatea serviciilor au pagini de căutare avansată, care oferă un control sporit asupra căutării sau vă permit să elaboraţi căutări mai complexe. Pentru a vedea ce vă pun la dispoziţie, studiaţi pagina Help a motorului de căutare. Hotbot, de exemplu, are opţiuni foarte detaliate de căutare avasată, care vă dau posibilitatea să specificaţi sintagme, limba, un filtru de cuvinte, data, opţiuni media (imagini, audio, Shockwave), domenii, origini geografice etc.

Plinire opţiunile specillee oferite de principalele motoare de căutare M mimării:

Résulte Chisterlilg (disiparea rezultatelor):

rezultatele pot fi dominate de paginile unui singur site. Pentru a evita acest fapt, folosiţi opţiunea „Results Clustering”. Aceasta permite listarea câte unei singure pagini de pe un site.

Fiind Similar (găseşte rezultate similare): dacă un rezultat pare a 11 exact ceea ce căutaţi, folosiţi opţiunea „Fiind Similar”. Motorul de căutare Excite este eficient pentru astfel de căutări.

Sort by Date (listează după dată): o idee măreaţă, teoretic, dar atât de multe site-uri afişează în mod automat data curentă, încât informaţia căutată – data la care au fost elaborate – nu este disponibilă. Aceeaşi observaţie este valabilă şi în ceea ce priveşte opţiunea „Date Range”.

Search Within (căutare în interiorul…): permite efectuarea unei căutări în cadrul rezultatelor deja obţinute. Căutaţi „New York”, apoi introduceţi „Buffalo” şi selectaţi opţiunea „Search Within”; veţi obţine doar site-urile din căutarea iniţială în care este menţionat şi numele acestui oraş.

Fiind the Person (găseşte persoană): prin intermediul ei, se face o căutare pe web şi în grupurile de ştiri pentru referiri la o anumită persoană. Hotbot funcţionează foarte eficient cu această opţiune.

Boolean Searching (căutare booleana): semnifică folosirea comenzilor (AND/OR etc.) (şi/său), care au fost folosite de mult timp de specialiştii în informatică în căutările în baze de

date. Comenzile + şi-au aproape aceeaşi funcţie. Dacă doriţi să aflaţi mai multe despre căutarea pe web, accesaţi unul dintre multele site-uri care oferă tutoriale în acest sens.

Evaluarea paginilor web

Iutei netul nu este o oportunitate risipită, încăpută pe mâinile persoanelor de/axate, exhibiţioniste şi plicticoase. Nu sunt greu de observat nici lipsa de credibilitate a paginilor unor indivizi cu probleme psihice, nici

Ideile delirante, lipsite de speranţă, ale unor nulii. Mii şi personno obsedate de o anumiţii idee. Problema este legală de sile urile care păi plauzibile, dar multe sunt la Ţel. Trebuie să vă exersaţi un radar pentru detectarea lor, punând toate întrebările obişnuite prin care se abordea/JI orice sursă (Cine se află în spatele informaţiilor? De ce face aceste dezvăluiri? Ce altceva mai reiese de aici? Ce a fost trecut sub tăcere?), latăcâteva aspecte care trebuie urmărite, dincolo de o grafică atractivii»

Exagerarea designului

Un principiu simplu este acela că, dacă un site are reclame, imagini mici şi atractive, grafică dinamică şi alte trucuri, va fi mai puţin util pentru o documentare serioasă decât unul cu o înfăţişare mai prozaică.

Site-uri care nu oferă date de contact

Dacă în site nu este menţionată nicio adresă, un număr de telefon sau e-mail, trebuie să deveniţi bănuitor. În definitiv, de ce nu vor să intraţi în legătură cu ei?

Absenţa datei actualizării

Menţionarea datei ultimei actualizări a site-ului este un semn bun, care aratit că acesta e autentic. Multe site-uri sunt însă programate să afişeze data curentă. Browserele vă permit să verificaţi acest lucru prin vizualizarea datei sursei, care ar trebui să indice data creării site-ului şi data ultime modificări.

Atenţie la URL-uri

Multe terminaţii ale domeniilor ne oferă indicii utile despre organizaţia din spatele acestora: gov. Semnifică site-uri oficiale, edu. Sau ac. O universitate, iar corn. Şi co, uk. Arată că este vorba despre site-ul unei companii comerciale. Terminaţiile unor domenii precum net. Sau org. Pot wiiilica însil orice. I). U\i UUL-ul csic detaliat, există adesea mai multe Indicii. Pilda O reprezintă de obicei un director web personal, şi nu nuni care face parte din site-ul oficial al unei organizaţii.

V*7/multe pagini

(ilte urile care vă poartă printr-un labirint de pagini pentru a ajunge un tio unde doriţi semnalează faptul că operatorii sunt mai interesaţi de hilarea unui număr mare de vizionări ale paginilor (mărind astfel potenţialul comercial legat de publicitate) decât de furnizarea eficientă de informaţii.

Alte indicaţii pentru navigarea pe Internet

Dezactivaţi grafica

Indiferent de cât de rapidă e conexiunea pe care o aveţi, imaginilor le lichuic foarte mult timp

ca să se încarce. Dacă vreţi să obţineţi rapid Informaţii, nu să admiraţi imagini frumoase, dezactivaţi grafica, iar textul se va încărca aproape instantaneu. De asemenea, puteţi mări viteza de încărcare a paginilor web dezactivând programul Java.

(\deulatoarele vechi preferă browserele mai vechi

Lliowscrele sunt mereu upgradate. Deşi noile lor caracteristici par tentante, puţine dintre ele sau chiar nici unele nu sunt utile pentru accesarea Inibrmaţiilor sub formă de text. De asemenea, rularea lor ocupă mai multă memorie. Dacă aveţi un calculator mai vechi, rămâneţi fidel biowscrului iniţial. Va merge mult mai bine.

Scanările antivirus

Viruşii ajung în calculatoare prin intermediul dischetelor, CD-urilor şi fişierelor descărcate de pe net. Scanaţi tot ceea ce descărcaţi, folosind programe antivirus actualizate. Şi mai indicat, filial! O aplicaţie care scanează automat toate fişierele descărcate, inclusiv fişierele ataşate de e-mail.

Înscrieţi-vă pentru a fi anunţat prin e-mail despre updatări şi noutăţi

Multe site-uri web vă vor trimite un e-mail în momentul actualizării, Majoritatea mesajelor cuprind şi adresa URL a localizării noii versiuni, precum şi descrierea acesteia.

Newsgroups

Acestea sunt grupuri de discuţii de pe Internet, deschise oricui. Există peste 17.000 de

forumuri care acoperă toate domeniile, de la muzica clasică la tipuri de pornografie inexistente până nu demult. Multe sunt frivole, dar există şi unele mai serioase decât vă puteţi închipui. Unele, cum ar fi alt. Disasters. Aviation, sunt frecventate de susţinătorii teoriei conspiraţiei, dar există suficiente newsgroups cu postări informative, de bun-simţ, care merită frecventate. Multe sunt folosite în mod curent de către academicieni şi de alte persoane cu acreditări serioase. În general, pe cele serioase se găsesc mai multe postări utile. În concluzie, clo merită o jumătate de oră din timpul unui jurnalist, pentru a descărca întreaga listă de newsgroups pusă la dispoziţie de furnizorul de Internet şi pentru a o examina, accesându-le pe cele care corespund intereselor sale.

Grupurile de discuţii sunt clasificate după mai multe prefixe: alt. (însemnând interese generale), comp. (subiecte din domeniul calculatoarelor), rec (sport şi recreaţie), şoc. (subiecte culturale şi sociale) şi prefixe ale ţărilor, cum ar fi uk., de Pentru Germania) etc. Există multe subdiviziuni, cum ar fi alt. Current-events (care are 36 de grupuri), alt. Activism pentru campanii (de exemplu, alt. Activism. Deathpenalty) şi alt. Lan, care cuprinde forumuri dedicate diferitelor celebrităţi – adesea foarte utile, dacă scrieţi un articol în care prezentaţi o vedetă. Printre

Mir. Ajele de nesihşilfl admiraţie, veţi găsi cel puţin câteva linkuri către lllo un biografice detaliate.

Newsgroups sunt valoroase din următoarele trei motive.

O jfvră o imagine generală a celor mai recente wbiecte de interes dintr-un anumit domeniu

Accesaţi alt. Environment. Pollution, de exemplu, şi în cinci minute de lectură veţi afla ultimele chestiuni controversate legate de acest subiect.

Vă pot oferi subiecte pentru articole

Întotdeauna există postări care conţin ştiri potenţiale – în special contribuţiile» pecialiştilor în domeniul respectiv. De asemenea, există multe news-Ifivups în care unele postări dezvăluie acţiuni ilegale. Cele pe care se negociază tranzacţii comerciale (de antichităţi sau păsări şi animale oue, de exemplu) conţin adesea un punct de plecare pentru o investigaţie Interesantă.

Reprezintă o modalitate de a găsi surse

Dacă sunteţi în căutare de surse ori de experţi într-un anumit domeniu, Itceesaţi un newsgroup axat pe subiectul respectiv şi veţi găsi cu siguranţă posturi ale acestora. Puteţi să le adresaţi întrebări prin e-mail ori să le Cereţi să discute cu dumneavoastră. Nu am auzit niciodată că o astfel de abordare a eşuat. Totuşi, daţi dovadă de prudenţă. Pe forumuri intră ia lesea şi persoane obsedate, care veghează atent la ceea ce ele numesc Integritatea grupului şi care se pot dovedi ostile faţă de abordările Mlugace din partea jurnaliştilor.

Din punctul de vedere al documentării,

arhivele forumurilor constituie una dintre cele mai utile zone ale Intemctului. Ele reprezintă programe care clasifici! Toate postările, de obicei cele din ultimul an. Sunt dotate eu motoaie de căutare ce vă permit să identificaţi postările despre anumitentibloclO Iu cadrul tuturor grupurilor de discuţii. Dau un exemplu din propria experienţă: în oraş se construia un nou sistem de tramvaie. Am căutat în arhive postări despre acestea şi despre alto sisteme asemănătoare şi am descoperit mesaje despre modul în care firma respectivă se achitase de contractele din alte regiuni. O arh ivii bună de newsgroups este dejanews.com.

Forumurile

Sunt liste cuprinzând mesaje, coordonate pe un site web. Acestea prezinţi! Toate avantajele unui newsgroup, plus faptul că mesajele irelevante sau nelalocul lor sunt cenzurate de un administrator. Forumurile sunt rareori arhivate şi nu există metode de căutare sistematică a lor. Cea mai eficientă cale de a le identifica pe cele utile este găsirea unui ghid despre subiectul respectiv.

Listele

I

Reprezintă liste de persoane care primesc e-mailuri, fiind specializate pe anumite subiecte. Dacă vă înscrieţi pe o astfel de listă primiţi, sub formă de e-mailuri, mesaje trimise de ceilalţi membri. De obicei, listelo de discuţii au subiecte mai serioase decât forumurile, iar postările tind să fie mult mai utile decât cele de pe forumuri. În

general, listele de discuţii sunt moderate de un universitar sau de o persoană interesată în mod serios de subiect. Un exemplu bun este lista Computer Assisted Reporting („Jurnalism asistat de calculator”).

Unele liste de discuţii tind să fie alcătuite din scurte notificări despre inovaţii (însoţite eventual de linkuri către site-uri care prezintă lucrări susţinute la conferinţe, rapoarte etc.). Alte liste găzduiesc în principal schimburi de opinii. Totuşi, unele liste pot să fie foarte active şi în genereze mai mult de zece mesaje pe zi. Renunţarea la calitatea de membru nu este o problemă. Pot fi găsite cel mai uşor prin intermediul site-urilor academice, care oferă resurse pentru un anumit subiect. Site-ul de resurse jurnalistice al lui Malkovich are o padină care citează

DU număr mare de liste dû discuţii pe teme de jurnalism. Un motor de fulare pentru toate listele este liszt.com.

Prima datorie a presei este să obţină cele mai noi şi mai corecte informaţii despre evenimentele vremii şi, dezvăluindu-le de îndată.

Sât le împărtăşească întregii naţiuni.
Editorul ziarului The Times, Londra, 1852
Capitolul 10 Jurnalismul de investigaţie

Figura reporterului înfăţişat ca un Don Quijote pătat de nicotină şi bând whisky în timp ce înfierează primăria cu un expozeu smuls din maşina de scris chiar în momentul expirării termenului de predare mai persistă încă, în ciuda

generoaselor dovezi ale contrariului.

Paul Grey

Există o şcoală de gazetărie ai cărei reprezentanţi strâng din buze şi lllllbosc cu dispreţ la simpla pomenire a cuvintelor „jurnalism de inves-ilyntic. Ei argumentează că, de vreme ce toate aspectele jurnalismului hfOMipun o investigaţie, expresia nu are niciun sens. Măcar de-ar fi aşa; dar Uliolc aspecte ale jurnalismului presupun investigaţia doar în sensul ei cel llial elementar. Ele reprezintă echivalentul jurnalistic al creaturilor Ulllcclulare şi au tot atâta legătură cu subiectul acestui capitol cită are lini Iha cu omul.

Caracteristicile jurnalismului de investigaţie

Lurnalismul de investigaţie diferă substanţial de alte tipuri şi există i lleva elemente care îl disting.

Cttreetarea originală

Jurnalismul de Invefttiguile nu este un rezumat sau gruparea unor informaţii) i dale descoperite du itllll, ţi o cercetare originală efectuată de reporteri care folosesc adesea materialul cel mai brut, l’ouïe îl vorba despre o intervievare exhaustivă sau de o alăturare şi o comparare a faptelor cifrelor, despre descoperirea unor tipare şi conexiuni pe care nimeni nit le-a mai observat.

Subiectul implică potenţiale nereguli sau neglijenţe despre care nu există dovezi

Adesea bănuiţi că s-a comis o ilegalitate sau o neglijentă, dar nu avoll dovezi şi nici altcineva nu

le posedă. Trebuie să strângeţi dovezi, iar aş tu va necesita mult mai mult timp şi efort decât în mod normal. S-ar putea, de asemenea, să fie nevoie de mai mulţi reporteri.

Cineva încearcă să ţină informaţiile secrete

Aceasta e o caracteristică a jurnalismului în general, dar în muncit gazetărească de zi cu zi există adesea un punct în care vă opriţi gl relataţi ce aţi aflat sau nu. Jurnalismul de investigaţie începe în punctul în care rutina zilnică încetează. Nu acceptă secretomania şi refuzul autorităţilor de a furniza informaţii. Le află singur.

Mizele sunt mari

Când scrieţi un articol de succes, laudele şi satisfacţia pot fi const «derabile, dar la fel de mari pot fi şi consecinţele dezastruoase, dacit totul merge prost. Să luăm drept exemplu experienţele de la Cincinnati Enquirer din 1998. În luna mai a acelui an, pe prima pagină a ziarului a apărut un articol, precum şi o secţiune de 18 pagini dedicate unei investigaţii desfăşurate pe parcursul unui an, referitoare la o firnib internaţională de comerţ cu banane, Chiquita Brands. Sub titlul „Secretele firmei Chiquita”, ziarul afirma că această companie contrôla în secret zeci de firme aparent independente şi cât ea şi filialele sale utilizau pesticide care puneau în pericol sănătatea muncitorilor şi a locuitorilor din zonele respective, că angajaţii stil mituiau oficialităţile ihn Columbia şi că prin intri mediul transporturilor către Europa se irit în ira Ile cu cocaină.

Liiluşi, adevărul s-a dovedit a fi destul de

diferit. În numărul din ÎN Iunie, /Jarul a publicat pe prima pagină o dezminţire pe şase coloane, pliu tare cerea scuze companiei, negând complet rezultatele inves-lll» nllei. Reporterul care condusese investigaţia a fost concediat, iar Hiiiul a plătit firmei Chiquita daune în valoare de nu mai puţin de zece milioane de dolari.

Problema nu a constituit-o relevanţa dovezilor, ci metodele folosite [Mailii a le obţine. Acestea au implicat accesul la mesajele vocale interne de companiei, chestiunea gravă fiind modul în care a fost obţinut iureşul la ele. Compania a declarat că reporterul a pus întrebări, apoi i-a conectat la căsuţele vocale ale angajaţilor, pentru a asculta discuţiile de ordin intern asupra problemelor semnalate de el. Prin faptul că şi-a porni scuze şi a plătit daunele, ziarul a părut să accepte validitatea meilor afirmaţii. Într-o declaraţie dată publicităţii, s-a susţinut că irpurterul a minţit în legătură cu provenienţa mesajelor din căsuţele vocale. Cu toate acestea, nu a fost niciodată clar dacă articolele publicate nu avut la bază informaţii adevărate.

Investigaţia s-a dovedit foarte costisitoare, din cauza pierderii credibilităţii şi a celor zece milioane de dolari. Din fericire, pentru fiecare qihod de acest fel, există multe altele care dau rezultate satisfăcătoare, de la dezvăluirile lui Nellie Bly din New York World, legate de condiţiile îngrozitoare din spitalele psihiatrice, la demascarea prostituţiei mino-lllor de către W.T. Stead în Pall Mall Gazette şi expunerea rasismului

violent al Ku KIux Klanului de către Roland Thomas de la New York\\rid\de la dezvăluirea masacrului de la My Lai de către Seymour IIrisch, în 1968, la campania iniţiată de Sunday Times în sprijinul vârâiniclor cu malformaţii congenitale produse de medicamentul talidolii şi m şi până la investigaţiile conduse de Carl Bernstein şi Bob Woodward lui Afacerea Watergate, pentru Washington Post. De asemenea, au existat inulle alte investigaţii de ordin regional, care au dezvăluit abuzuri şi au în lumbal multe vieţi în bine. Un caz clasic este investigaţia realizată de Mnbama Journal asupra ratei mortalităţii infantile din stat, care a atins un record în l O K7 eu I I decese la mic, era cea mai ridicată din toate statele americane. În/. Iar a apărut o scrie de 20 de articole care nu determinat creşterea de patru ori a fondurilor alocate de agenţia medicalii de stat pentru programele prenatale, precum şi acordarea unui sprijin susţinut mamelor sărace. În 1994, rata mortalităţii infantile în Alabauni scăzuse cu 20%. Până la sfârşitul secolului, peste 1.000 de copii l datorau supravieţuirea acelei serii de articole. E greu de imaginat o investigaţie cu rezultate mai eficiente decât aceasta.

În sfârşit, riscurile pot viza siguranţa personală a jurnalistului, în ţările în care crima organizată e larg răspândită, jurnalismul de invfiÉ tigaţie e o profesie cu potenţial letal. În Rusia, reporterul Dmitrl Holodov de la Moskovski Komsomoleţ investiga corupţia din armaţii, O sursă anonimă l-a sunat într-o zi de toamnă din

1994 şi i-a spus că o valiză cu documente îl aşteaptă la staţia Kazan. Holodov a ridicat valiză şi a dus-o în biroul său. Când a deschis-o, aceasta a explodat, omorândiH pe loc. Iar în vara lui 1992, reporterul peruan Adolfo Isuiza Urqullt făcea o investigaţie privind comerţul cu droguri pentru cotidianul Ut Republică. În august a dezvăluit numele unui important traficant de droguri, protejat de forţele armate. „Armata nu vrea să lupte împotriva terorismului, pentru că ar pierde traficul cu droguri”, a scris el. Câteva zile mai târziu, pe 27 august, cadavrul i-a fost găsit în râul Huallagu, Fusese torturat şi înjunghiat. Oricine are în vedere investigarea acestor zone trebuie să cântărească foarte atent toate riscurile implicate. Reporterii morţi nu pot scrie.

Zone productive care trebuie investigate

Jurnalismul de investigaţie începe cu aflarea unui indiciu despre un posibil subiect sau cu bănuiala că într-un anumit domeniu există un mărunt punct de plecare. În acest stadiu, lucrul cei mai important îl reprezintă evaluarea atentă a celui mai bun rezultat posibil şi decizia dacă ştirea merită sau nu efortul şi timpul necesare. Dacă nu credeţi câtva ajunge pe prima pagină, ignoraţi-o. Departamentele specializate po investigaţii pot deveni obsedate de o ştire mult prea lipsită de miză ca să prezinte importanţă pentru publicul larg. Supuneţi investigaţia plănuiţii toiului titlului: dnefl rezultatul unticipat lui generează un titlu uipilu/…ltor, probiibil e pioniere de vreme.

Subiectele potenţiale, valoroase pentru

investigaţii pot fi găsite aproape la III lec domeniu al vieţii publiée. Două categorii generale sunt însă cele în îi prolifice: activităţile şi organizaţiile care operează în zone îndepărtate mai utllltva izolate de atenţia publicului; persoanele şi instituţiile puse pe neaşteptate în lumina reflectoarelor, deşi par să fi „venit de nicăieri”, l la jurul cărora se formează rapid o aură de legendă. Sunt oameni şi llll Muţii care par să nu aibă trecut. Dar trebuie să aibă, iar în acel trecut rptioape sigur se află un subiect jurnalistic bun.

(companiile şi instituţiile financiare, în special cele de genul „îmboifttţeţfic te rapid”, sunt un teren extrem de fertil pentru săpături jurna-[llllee, Afundaţi-vă lopata într-o schemă de investiţii în vogă şi extrem» Îi» mediatizată şi puteţi paria pe întregul dumneavoastră salariu că veţi lion open lucruri necurate. Jocurile piramidale din România de la începutul anilor ’90 sunt un exemplu relevant de ocazie ratată. Una care nu îi fost ratată şi constituie un exemplu clasic pentru acest tip de jurnalism II Ioni povestea lui Charles Ponzi; sau, cum îi plăcea lui să-şi spună, Mairie Ponzi.

t) mulţime de oameni credeau în el. Peste 40.000 de americani şi-au Investit economiile în circuitul lui, ademeniţi de promisiunea că le vor fi i ciumaţi, în termen de 90 de zile, câte 2, 5 dolari pentru fiecare dolar Investit. În ciuda avertismentelor din partea experţilor financiari că hilie mele lui erau pur şi simplu incorecte, Ponzi aduna, la un moment ihn, în 1920,00.000 de dolari pe zi. În doar 18 luni, acumulase peste h milioane

de dolari.

Lotul se baza pe ratele de schimb valutar. Compania lui îţi lua banii Investiţi şi îi trimitea peste ocean, unde agenţii săi cumpărau cupoane ale l Imunii Internaţionale de Poştă la dobânzi scăzute şi apoi le vindeau în alte puncte din străinătate la o dobândă mai mare. Aceasta a fost veisiunea lui Ponzi şi mii de oameni s-au grăbit să-şi investească banii pentru a câştiga mai rapid decât era posibil. Realitatea era că plătea noii i lleiiţi cu banii celor vechi. În întreaga existenţă a companiei sale, a litrul tranzacţii în alte valute eu numai 30 de dolari din cele 15 milioane Iniţiale.

Dar puhoiul de oameni care împânzeau (rotoarele din faţa hirouiilui sale, stând la coadă pentru şansa de a înveşti tot ce aveau, nu ştiau acrul lucru. Li se părea, după cum spunea unul dintre aceşti oameni plini (Ig speranţă, că Ponzi „descoperise însuşi banul”. Nu era aşa, bineînlelOK, El descoperise doar că, dacă le oferi oamenilor un profit îndeajuns tif mare în schimbul banilor lor şi fluturi câteva documente, poţi amtllă momentul adevărului pentru mult timp.

Dar nu la nesfârşit; pentru că ieşeau la iveală lucruri noi. Reporterii de la ziarul Boston Post îi descopereau trecutul. „Marele Ponzi” era nuil cunoscut autorităţilor canadiene ca prizonierul 5247, numărul pe care îl purtase în perioada cât fusese închis pentru fals în acte. Făcuse, (le asemenea, închisoare la Atlanta, pentru introducerea ilegală în ţară R unor străini. Compania să s-a prăbuşit, cum era şi firesc, iar

Ponzi K intrat la închisoare pentru patru ani.

Abilităţile necesare în jurnalismul de investigaţie

Jurnalismul de investigaţie poate fi abordat de oricine este îndeajuns de hotărât să ducă o treabă până la capăt şi să facă faţă inevitabilelor frustrări. Nu e nevoie de talente speciale, dar există câteva lucruri care vă fac munca mai uşoară şi pe dumneavoastră mai eficient în activitate.

Cunoaşterea legilor privind accesul public la informaţii

Ce spun legile privind acest aspect în ţara dumneavoastră? Ştiţi CO înregistrări şi documente publice aveţi dreptul să consultaţi? Acest lucril este extrem de important. Unele investigaţii au scos la iveală document o secrete furnizate jurnaliştilor. Dar mult mai multe au ieşit la luminii când reporterii au descoperit că există anumite evidenţe sau registre şi cil au dreptul de a le consulta. În general, sistemele birocratice nu doreau publicitate pe tema existenţei unor asemenea informaţii, deci vor ridicH tot soiul de bariere pentru a limita consultarea lor puuiudu le la dispo/Jţlo doar în anumite condiţii sau depozitându le hi Ionul greu accesibile.

Ilii reporter care lucra în un montent dat cu mine la Londra a în nnperit în notele de subsol alo unui raport guvernamental existenţa mul mumie registru. Acesta lista toate drepturile de acces la proprietăţi» ilvale, oferite de bogaţii proprietari ai acestora în schimbul scutirii de IUHOI Nici oficialităţile (pentru că oferiseră scutiri de taxe) şi

nici [Hoprielarii (pentru că nu doreau ca publicul să intre pe terenurile lor) im urau nerăbdători să vadă acest registru publicat.

T Mată ce reporterul a descoperit existenţa unui astfel de document şi (t avea dreptul să îl studieze, a parcurs interminabila procedură necesară ţ I a consultat. A fost astfel în măsură nu numai să relateze detaliile plivind accesul la aceste proprietăţi, ci să şi investigheze înţelegerile în «Itcialc între proprietari şi guvern. Nimic din toate acestea nu ar fi luni posibil dacă nu ar fi aflat în primul rând de registru şi dacă nu ar fi în m}» iâjă să i se respecte drepturile de a-l vedea.

Anta s-a petrecut în Marea Britanie, care are o tradiţie a secretomaniei în legătură cu documentele oficiale. Nu e chiar un caz unic, dar există (tu care acum au legi privind libertatea informaţiei ce au deschis un în în i e număr de arhive pentru cetăţeni. Foarte puţini oameni obişnuiţi au i-iniuştinţă de aceste arhive şi încă şi mai puţini le consultă. Un motiv în plin pentru jurnalişti să-şi facă o datorie din a afla ce există şi ce poate fi Mutilat.

Tu Statele Unite, Legea privind libertatea informaţiei din 1966, îmbunătăţită în 1971, a deschis accesul pentru jurnalişti la tot felul de documente, unele foarte obscure. Ca rezultat al folosirii acestora în Investigaţii, în presă au fost dezvăluite toate tipurile de scandaluri:

accidente neraportate la obiective nucleare; dispozitive cu raze X din centrele de oncologie

care emiteau de 25 – 30 de ori nivelul minim admis de radiaţii (la câteva luni de la dezvăluire, toate centrele de acest tip din Statele Unite au redus cantitatea de radiaţii); anestezice administrate în mod obişnuit în timpul naşterilor, deşi le puteau cauza şi le-au cauzat – leziuni pe creier nou-născuţilor.

De asemenea, un ziar din Louisville, Kentucky, a obţinut rapoarte iile unor echipe federale* de inspecţie în legătură cu azilurile, arătând comiterea de abuzuri împotriva rezidenţilor, Cu rezultai, a fost introduul o nouă legislaţie în acel stat, multe aziluri fiind închise, iar unii piu priclari acuzaţi de fraudă.

Există nenumărate alte cazuri care ar putea fi citate. Toate arată oll de important este ca jurnaliştii să descopere ce documente există, să f examineze şi să le folosească în investigaţiile lor.

Cunoaşterea surselor de referinţă standard

În toate societăţile, cu excepţia celor mai închise, există o cantitate mult mai mare de informaţii disponibile decât ar crede majoritatea juruit» liştilor. O mare parte din aceste informaţii pot fi găsite, dacă nu stlll uşor accesibile, prin intermediul unor surse de referinţă standard, cum ar fi: liste ale publicaţiilor oficiale, rapoarte de la corpurile legislative, liste ale instituţiilor publice, registre privind proprietarii companiilor smi registre de instituţii care primesc finanţare de la guvern. Este de datorr oricărui reporter şi mai ales a celui ce intenţionează să facă muncii de investigaţie să ştie ce informaţii îi pot oferi

asemenea surse de referintit.

Contactele

Toţi reporterii au, evident, nevoie de contacte, cu atât mai mult reporterii de investigaţie. Şi au nevoie de un gen special de contacte – nu numai cil cei care le pot oferi informaţii sau îi pot îndruma pe calea cea builfl pentru a obţine date privind un anume subiect, dar şi cu cei care pot 11 utili pentru o serie întreagă de subiecte: avocaţi, responsabili ai serviciilor de telefonie, ai centrelor de înmatriculare a maşinilor; cei care pol du sfaturi şi pot asigura accesul la documente oficiale.

Cunoştinţe de bază în lucrul cu computerul

Aceasta nu presupune numai capacitatea de a ciula eficient online, ei $ de a folosi programe cu aplicaţie la bazele de dale l Inul dintre cele mai instructive cazuri este cel al Atlanta Journal Constitution din Georgl Aj huo îi câştignt un Premiul’ulilzer în 1989 pentru un serial ce analiza tllmiimuiarca rasialii la împrumuturile bancare.

Investigaţia întreprinsă de Bill Dedman a meritat efortul; nu pentru rit subiectul ci ar avea vreo semnificaţie globală, ci tocmai pentru că nu avea, Este un articol pe o temă locală, dar una extrem de bună. Nu a produs nii i o căderе de guvern, nu a dezvăluit acte de corupţie criminală şi nici im a salvat vieţi. Pentru un alb care trăieşte la mare distanţă de Statele

I lutte poate părea un fleac, în comparaţie cu problemele care îi afectează propria tară. Dar serialul din Journal-Constitution merită privit cu

HIO llţie pentru metodele, organizarea şi atitudinea cu care a fost realizat. LUI C povestea unui jurnalist hotărât să relateze o situaţie în ziar, care nu a a oprit cu articolul respectiv la stadiul de proiect şi nici nu a scris doar din auzite.

Investigaţia a început de la o remarcă făcută în treacăt de un alb, Constructor de locuinţe. El a spus că întâmpină greutăţi în construirea raselor în zonele locuite de negri din sudul Atlantei, pentru că băncile nu doresc să acorde împrumuturi acelei categorii de oameni (ceea ce ar

II Ilegal, dacă s-ar întâmpla din raţiuni discriminatorii). I s-a spus că împrumuturile erau greu de obţinut chiar şi în zonele locuite de negri Imiilriţi. Este genul de remarcă pe care reporterii o aud zilnic – generală, lipsită de fundament şi aparent imposibil de dovedit. Dar lui Dedman I a trezit curiozitatea. Dorea să vadă dacă era posibil că acuzaţia să stea la picioare.

Mai întâi a discutat cu nişte cercetători în domeniu, iar ei iau spus rfl băncile şi casele de economii şi împrumuturi trebuie să înainteze autorităţilor localizarea tuturor împrumuturilor pentru locuinţe, valoarea «urnelor acordate şi zonele de recensământ. Cum avea să scrie Dedman mai îârziu: „Tot ce am făcut noi la ziar a fost, pe scurt, să confruntăm punct cu punct fişierele computerizate federale cu un fişier care cuprindea un recensământ federal, căutând în special date comparative privind cartierele de negri şi de albi”. Uşor de spus, mai greu de făcut.

Primele trei zile au fost în întregime alocate operaţiunii de introducere a spaţiilor între numerele de pe computer, astfel încât să poată fi citite i uni trebuie.

În următoarele cinei luni, Dedman a vérifient împrumuturile acordalo de toate băncile şi cooperativele de credit din Atlanta pe o perioadă de cinci ani – în total, 109.000 de împrumuturi. S-au studiat, de asemenea, datele privind operaţiunile imobiliare. Însă a meritat efortul. Dedman n descoperit că băncile şi alte instituţii acordaseră de cinci ori mai mulltt împrumuturi în zonele locuite de albi decât în cele ale negrilor. Exa «minând politicile şi practicile bancare, el a mai aflat că băncile lui căutau afaceri în zonele locuite de negri şi descurajau, pe diverse alto căi, persoanele de culoare care doreau să facă împrumuturi. Negrii, la consecinţă, puteau apela doar la companiile ilegale de ipotecări şi la cămătari. După cum spune el, „abia atunci m-am orientat către anecdotic”. A discutat cu negri şi albi pentru a aduna experienţe personale şi a da serialului său exemple adevărate, precum şi pentru a arăta modul în care politica băncilor afectase oamenii.

Când a mers la bănci, reprezentanţii acestora au fost, previzibil, reticenţi în a vorbi. Una dintre bănci a răspuns astfel la cererea lui Dedman pentru obţinerea de informaţii: „Unele dintre materialele pe care le-aţi solicitat nu există. Altele există, dar sunt confidenţiale. Restul materialelor există şi nu sunt confidenţiale, dar sunt irelevante

pentru subiectul dumneavoastră”. Este tonul inconfundabil al cuiva care are ceva de ascuns. O altă bancă a încercat, în mod perfid, să combine un apel la patriotism local cu o cerere prea puţin mascată adresată directorului ziarului, Jay Smith, de a suprima serialul. Reprezentantul băncii scria: „Sunt sigur că Jay Smith va recunoaşte că orice articol care susţine că instituţiile financiare din Atlanta practică discriminarea rasială este o lovitură nemeritată dată măreţului nostru oraş…”. Şi i-a trimis lui Smith o copie a scrisorii.

În sfârşit, când Dedman a avut destul material pentru un serial (pe care l-a numit „Culoarea banilor”, după filmul hollywoodian), au intrat în scenă şefii săi. Cum avea să scrie Dedman mai târziu:

Cred că ştiu care este secretul eficienţei serialului „Culoarea banilor”. Editorii au scos ceea ce eu consideram a 11 părţile bune. Când am scris că băncile din Atlanta practicau discriminai ea, editorul Bill Kovach a tăiat. „Foloseşte doar cifrele”, a nhih el, „lasă laptele să vorbească de la sine”.

Duminicii, I tuni, şei laiul a început cu un articol de câteva mii de iiivinic, mi uniat… Negrii din Atlanta pierd în lupta împrumuturilor pentru locuinţe”:

Albii primesc de cinci ori mai multe împrumuturi pentru locuinţe din partea băncilor şi a caselor de economii şi împrumuturi din Atlanta decât negrii cu aceleaşi venituri – iar această prăpastie se lărgeşte an de an, arată un studiu al

lui Atlanta Journal-Constitution privind împrumuturi în valoare de 6, miliarde de dolari. Rasa – nu valoarea casei sau venitul pe familie – determină în mod hotărâtor modul în care cele mai mari instituţii financiare din oraşul Atlanta acordă împrumuturile, relevă studiul, examinând rapoartele privind împrumuturile din ultimii şase ani înaintate guvernului federal.

Fu continuarea articolului urmau: explicaţiile şi dezminţirile bancherilor, detalii privind studiul, cu noi informaţii relevante (inclusiv faptul că Mugura bancă ce se specializase în împrumuturile către negri avea cea mai scăzută rată de credite neperformante din întreaga ţară), explicarea leali privind împrumuturile bancare etc. Într-o altă secţiune a ziarului. Im acea zi se afla un articol despre cetăţeni de culoare care fuseseră nilllicaţi pentru a primi un împrumut, dar au întâmpinat dificultăţi în a-l ubline. Restul serialului s-a desfăşurat astfel:

luni, 2 mai: un articol detaliat privind politicile bancare, istoricul discriminărilor practicate de acestea, la care se adaugă alte cazuri, inclusiv cel al unui veteran de culoare al războiului din Vietnam, căruia i se refuzase un împrumut ce l-ar fi costat, pe lună, cu 100 de dolari mai puţin decât chiria pe care o plătea. Articolul detalia, de asemenea, procesul de cumpărare a unei case şi modul în care acesta funcţiona pentru negri; mărfi, 3 mai: o explicaţie detaliată a legii băncilor, a regulamentelor şi modului de funcţionare a acestora în întreaga

ţară, plus istoricul eforturilor unor grupări ale negrilor de a schimba politicile băncilor din Atlanta. Mai apăreau articole de urmărire care arătau că discriminarea se practica pe scară naţională.

Rezultatele serialului lui Dedman s-au văzut imediat. La nouă zile după terminarea Îm, ceh* mai mari nouă bănci din Atlanta au început să acorde credite cu dobânda scăzută în valoare de 77 de milioane da dolari, destinate cartierelor locuite de negri. De asemenea, unele institui!! S-au deschis către aceste zone, căutând oportunităţi de afaceri, angajând personal de culoare, cumpărând spaţiu publicitar în mass-media pentru populaţia de culoare şi chiar ducându-şi cadrele de decizie într-un tur al cartierelor respective. Iar la unsprezece luni de la apariţia serialului, Departamentul de Justiţie al SUA a deschis o anchetă privind 64 de bănci şi instituţii financiare din Atlanta pentru posibile încălcări alo legilor privind discriminarea.

Cum se desfăşoară operaţiunile de investigaţie

Subiectele pentru investigaţii ajung la ziare în foarte multe feluri: ca informaţii dezvăluite de contacte sau descoperite accidental (un articol ce pare de rutină, dar pe care informaţiile subsecvente îl indică drept mult mai important), prin propriile observaţii ale reporterului, ca un subiect obişnuit ce capătă treptat amploare sau unul în care fiecare întrebare formulată naşte alte întrebări, din ce în ce mai importante.

Cazul cel mai faimos de investigaţie jurnalistică a fost probabil Afacerea Watergate. A început în iunie 1972, cu o spargere la sediul Partidului Democrat din clădirea Watergate din Washington. S-a terminat doi ani mai târziu, cu demisia celui mai puternic om de pe planetă, preşedintele Richard Nixon. Rolul preşedintelui şi al echipei sale în spargerea de la care a pornit totul şi în multe alte lucruri (ascultarea telefoanelor, fonduri secrete şi, cel mai important aspect dintre toate, acoperirea acestor activităţi ilegale) n-ar fi fost niciodată cunoscut dacă nu ar fi existat nişte reporteri de investigaţie. Cei doi cărora îi se datorează aproape totul sunt Carl Bernstein şi Bob Woodward, de la Washington Post.

Când au început să lucreze la subiect, într-o atmosferă de neîncredere reciprocă, era un simplu articol despre o infracţiune Cinci bărbaţi fuseseră surprinşi dând o spargere la sediul democraţilor pentru a plasa un dispozitiv de ascultare. Woodward s-a dus la tribunal tu ziua următoare şi a observat că un avocat celebru era foarte interesat de caz. Ce m… iha nvca el acolo? Woodwaid a mai allai la tribunal că unii dintre şi (lilia (îi prinşi lucraseră pentru Agenţia Centrală de Investigaţii (CIA). Iu plus, aveau asupra lor mari sume de bani în momentul arestării, iar în agendele a doi dintre ei s-a descoperit numărul de telefon al unei plutoane care lucra la Casa Albă.

i) e la aceste firave – dar promiţătoare – informaţii de început a fost liuwată o serie de

articole care au dovedit, în final, complicitatea iitiniinistraţiei Nixon la un întreg şir de activităţi ilegale. Bernstein şi Woodward au fost glorificaţi, au scris un bestseller, iar Hollywoodul a dit în un film inspirat de anchetă lor. Dar acesta a fost rezultatul final. I'luft să se ajungă aici au existat o mie de frustrări, abuzuri din partea mihiinătorilor lui Nixon şi a oficialităţilor care se temeau şi aveau niirptieiuni faţă de munca celor doi ziarişti, zilele, săptămânile şi lunile trimite cu urmărirea unor piste false, erorile (dintre care unele au văzut huni na tiparului), nenumăratele ore de căutare a acelei informaţii vitale, îndoielile de sine, criticile şi invidia colegilor, serile târzii, nopţile şi wrekendurile pierdute pentru a lucra la caz.

Experienţele lor constituie o lecţie valoroasă. Într-adevăr, cartea Toţi oumenii preşedintelui este probabil cea mai reuşită descriere în limba engleză a detaliilor ce ţin de jurnalism. Ea prezintă povestea a doi reporteri cute avansează încet şi nu întotdeauna în linie dreaptă spre adevăr, pl, într-o cercetare asiduă şi o sănătoasă obsesie pentru acurateţe. Următoarele linii de conduită pentru jurnalismul de investigaţie sunt bazate pe munca lor, pe studiul altor cazuri şi pe propria mea experienţă limitată.

Obli neţi şi arhivaţi orice document

Morala tuturor investigaţiilor întreprinse vreodată este să puneţi mâna pe orice document puteţi şi să nu aruncaţi nimic. Niciodată nu puteţi şti 13 lud se vor dovedi utile documentele, notele,

rapoartele – în fapt, tot ce puicii aduna. După luni în şir de la obţinerea acelui raport aparent nesemnificativ, poate apărea ceva care să îi confere, deodată, importanţă. Hornstein şi Woodward, reporterii Afacerii Watergate, au umplut patru dulapuri de dosare tu doar câteva luni.

Transcrieţi toate interviurile şi fişaţi observaţiile

Acest lucru este important, mai ales dacă lucraţi în echipă la o anchell sau când cercetarea este de durată. Observaţiile colegului de echipă pO marginea interviurilor vă pot fi utile, pentru a vă asigura că nu aţi omit ceva semnificativ. Observaţiile transcrise (şi fişate) sunt, de asemenon, mult mai uşor şi mai rapid de consultat. În plus, această practică Io permite şefdor să participe mai eficient la discuţiile privind subiectul.

Fiţi perseverent

Dacă citiţi povestea oricărei investigaţii, primul lucru care vă atrago atenţia este insistenţa reporterilor. În timpul anchetei Watergate, Woodwaixl şi Bernstein au petrecut, adesea, zile întregi căutând prin arhive, au stnt la birouri dând telefoane tot weekendul ori au aşteptat toată ziua la uşile avocaţilor pentru şansa de a vedea o sursă poate vitală. La un moment dat, au obţinut o listă a celor aproximativ o sută de persoane care au lucrat în Comitetul pentru realegerea preşedintelui, aflat la originea multor ilegalităţi.

De vreme ce era evident că nu-i puteau vizita pO aceşti oameni la birou, ei au petrecut multe săptămâni sunându-i acasH după încheierea zilei de lucru la ziar.

Intervievaţi din nou „sursele vechi99

Câtă vreme o investigaţie este în curs, nu există „surse vechi”. De eclo mai multe ori, cei ce lucrează în domeniul pe care îl investigaţi îşi vor aminti detalii, vor intra în posesia unor noi informaţii sau vor fi în măsură să găsească semnificaţia noilor informaţii obţinute de dumneavoastră. Oricare dintre aceste motive este suficient pentru a vă convinge să îi sunaţi în mod regulat. Woodward şi Bernstein au întocmit fiecare câte o listă cu numere de telefon şi contacte. Astfel s-a ajuns. În cele din urmă, la câteva sule de nume. Fiecare dintre aceste persoane a fost contactată de cel puţin două ori pe săptămtuă, vreme de peste un an.

A în cum au scris reporterii în ciulea ce a urinat: „l; ic şi faptul că o ttiiumilă sursil nu răspunde la telefon sau nu ne sună după ce îi lăsăm im «mi) indică ceva semnificativ”.

O lltivafi sursele cu adevărat avizate

În timpul investigaţiei Watergate, Woodward a contactat un bărbat care livra o funcţie importantă în administraţie pentru a-l întreba dacă a auzit (Iwpre nereguli. Auzise. Ştia enorm de multe lucruri şi, era clar, uiiisidera de datoria lui să ajute la dezvăluirea conspiraţiei. Împărtăşea liiin suspiciunea naturală a birocraţilor faţă de presă şi era, de asemenea, liijiiijorat ca articolele

bazate pe ceea ce numai el şi alţi câţiva ştiau să nu fie publicate fără alte surse.

De aceea a consimţit să-l ajute pe Woodward, dar numai în anumite i undiţii: să-l îndrepte doar pe reporter în direcţia cea bună, iar tot ceea ic spunea el să fie coroborat cu o altă sursă. Întâlnirile dintre el şi AM în kI ward aveau loc în parcări subterane, noaptea târziu şi numai la Iniţiativa să iar ajutorul său a fost, în cele din urmă, atât de decisiv, lucit Woodward a fost de acord cu aceste condiţii.

Sursa nu şi-a dezvăluit identitatea, iar unul dintre şefii de la Washington ISIXT l-a botezat „Deep Throat”, după titlul unui film pornografic în VOgll (Insicle Deep Throat – în culisele pornografiei – n.r.), despre o Cineic a cărei specialitate era sexul oral. Identitatea sursei rămâne încă un mister pentru toată lumea, cu excepţia lui Woodward.

Desigur, puţini reporteri au şansa să cunoască şi să coopereze cu o Mirsil atât de bine plasată ca Deep Throat. Dar morala cooperării dintre NVnodward şi el este că, dacă o asemenea sursă stabileşte anumite reguli, trebuie să le respectaţi. Asta nu înseamnă că trebuie să acceptaţi tot ce. Piiu sursele; Woodward se certa frecvent cu omul său de contact. Dar lirice lucru stabilit trebuie şi respectat.

Sprijinul şefilor

Redactorul de ştiri/editorul trebuie să aloce proiectului oameni şi alte resurse, Editorul trebuie NW fie pregătii pentru cazul în care proiectul este

de durată şi e posibil să nu rezulte niciun aillent. Să publicaţi un subiect numai pentru că s-a pierdut foarte mult timp eu el este o calo sigură spre dezastru. Când, în final, este tipărit, articolul trebuie să fii o ireproşabil.

Şefii şi reporterii vor trebui, de asemenea, să ia din vreme o decizlo fundamentală, şi anume dacă investigaţia se va constitui într-o serie da articole tipărite pe măsură ce sunt scrise sau într-o „bombă” publicată numai atunci când documentarea este completă. În cazul celei de-a doua variante, trebuie stabilit un termen de finalizare. E uşor ca o investigaţie să se prelungească luni la rând, reporterii susţinând mereu că au nevoia de „încă o săptămână” pentru a-şi termina documentarea. Mai trebuie să aveţi în vedere că articolele publicate în timpul investigaţiei pot determina anumite persoane să vină şi să ofere mai multe informaţii H sau chiar informaţia vitală.

Totuşi, în orice mod ar fi publicat articolul, operaţiunea de investigaţie trebuie monitorizată îndeaproape de o persoană cu funcţie de decizie. Un rol-cheie ai acesteia este să le pună continuu întrebări reporterilor cu privire la subiect. Aceşti şefi trebuie să joace rolul de avocat al diavolului şi, de asemenea, să analizeze constant dovezile împreună cu reporterii. Trebuie să fie capul limpede al operaţiunii.

Condiţiile în care se lucrează sub acoperire

De cele mai multe ori există o cale mai bună de a aduna informaţii decât de a lucra sub

acoperire. Totuşi, uneori, extrem de rar, există unele situaţii în care acesta este singurul mod în care puteţi scrie un articol, De obicei, pretextul cel mai des întâlnit este investigarea situaţiei din interiorul unei lumi „închise”, al unui grup secret, al unei organizaţii sau companii, dar pot exista şi alte motive. Ar fi bine însă ca articolul să merite riscurile, deoarece este o activitate ce necesită foarte mult timp, e însoţită de multe pericole, dintre care cel mai mic îl reprezintă ruşinea de a fi dat de gol.

Celelalte riscuri au implicaţii mai prorunde, Mai întâi, este vorba despre o înşelătorie, aşa că ar fi bine ca norogllllfl llOUpra cure scrieţi să

Ile îndeajuns de serioase Inell Nit justifice o asemenea lipsă de onestitate. În al doilea rând, pericolele fizice într-o asemenea situaţie pot să fie llll UIINC şi să persiste multă vreme după ce aţi ieşit din umbră pentru a vil Nene articolul. În al treilea rând, dacă investigaţi sub acoperire ia llvităţi infracţionale, se prea poate să fiţi implicat în ele, ceea ce face ta acţiunile dumneavoastră să fie şi mai greu, dacă nu imposibil de npitiat.

IU istă un risc în plus atunci când investigaţi o tranzacţie ilegală şi vă pieliudeţi cumpărător sau vânzător – cu alte cuvinte, agent provocator. Dincolo de moralitatea dubioasă a acestui lucru, deveniţi participant şi în himbaţi astfel cursul evenimentelor. În opinia mea, în cazul acesta, Mul depăşite graniţele a ceea ce poate fi etichetat drept jurnalism. Cel mai evident exemplu de acest tip a fost în 1994, când au început să apară în

despre vânzarea de plutoniu folosit la fabricarea bombelor, pe piaţa mmgrü germană. Se presupunea că mare parte a acestui material venea Im Rusia, dar faptul nu a fost dovedit niciodată. Câţiva reporteri s-au plldil imediat că ar deveni faimoşi dacă ar face dovada acestui trafic. Unii s-au dat drept vânzători, alţii drept cumpărători cu posibilităţi! Inundare nelimitate. De parcă acest lucru nu ar fi fost îndeajuns de Ilin. Unii jurnalişti care lucrau sub acoperire, pozând în „cumpărători”, nu intrat în legătură cu alţii care se pretindeau a fi vânzători. Niciuna illulre părţi nu a descoperit identitatea celeilalte, astfel că articolele lor nu au fost despre „comerţul cu moarte”, aşa cum pretindeau ei, ci despre doi jurnalişti superentuziaşti care s-au prostit unul pe celălalt –) \pe ci înşişi.

Lotuşi, există exemple de investigaţii sub acoperire care au produs IMticole memorabile. La sfârşitul secolului al XIX-lea, reporterul Nellie IIIV (numele ci real: Elizabeth Cochran) de la New York Times a simulat lletucuţa pentru a pătrunde într-un azil din Blackwel Fs Island şi astfel a putut serie un expozeu şocant. Ceea ce a aflat a fost publicat mai târziu în carteaa Zece zile într-o casă de nebuni. Recompensa pe care a primit-olie la directorul ci, Joseph Pulitzer, a fost misiunea de a bate recordul de KU de zile al călătoriei în jurul lumii stabilit de personajul fictiv Phineas I un», în romanul lui Jules Verne Ocolul Pământului în 80 de zile. Ea a tăcut şi în 72 de zile, îl uro, ÎI minute şi 14 secunde

Mai puţin recompensai a Io şi celilorul lui Mull Gazette % W.T. St cad. 1 – 1 a dezvăluit prostituţia infantilii din Londra victorianit „cuitipărând” o fetiţii de 13 ani de la mama ei şi, sub cea mai st ricin supraveghere, a petrecut destul timp singur cu că pentru a dovedi cil ar fi putut fi folosită în aproape orice scop imoral. Obiectivul faimosului său serial privind prostituţia infantilă a fost de a revela amploarea acesteia şi de a milita pentru schimbarea legii. Această campanie avea sprijinul multor figuri de frunte, inclusiv episcopi. Ei nu au putut însă împiedica, ulterior, condamnarea lui Stead, în virtutea legii nou apărute. Autorităţile l-au închis pentru trei luni, pe baza unui detaliu de procedură, pentru faptul că a cumpărat fata ca punct de pornire în articolul său. Acest bărbat ciudat, cu barbă roşcată şi excentric (uneori prindea şoareci, îi prăjea şi îi mânca cu pâine prăjită), s-a înecat la scufundarea Titanicului, în 1912.

De atunci, jurnaliştii au lucrat sub acoperire în principal pentru a dezvălui modul în care sunt tratate diversele „victime” ale societăţii, ca persoanele fără locuinţă, bolnavii mental sau dependenţii de droguri. Aceasta implică o anumită doză de actorie şi, câteodată, adoptarea unei deghizări. Maestrul acestui gen este un german pe nume Günter Waliraff. Scopul lui este să pătrundă în lumi interzise unui scriitor. Foloseşte acte false, o poveste a vieţii născocită de el, o nouă îmbrăcăminte, ochelari sau lentile de contact, peruci şi danturi false. Pentru că, aşa cum spune

el, sarcina lui este „să înşele pentru a nu fi înşelat”.

Îşi spune „jurnalistul indezirabil” şi asta, în ceea ce priveşte ţintele sale, nu fără motiv. A lucrat vreme de doi ani în cinci fabrici, s-a oferit voluntar pentru exerciţii de apărare civilă, a jucat rolul unui informator pentru serviciile de securitate şi poliţia politică, a testat teologia şi moralitatea catolică dându-se drept un bărbat ce fabrica bombe cu napalm, a dus viaţa unui om fără locuinţă sau a unui alcoolic într-un spital psihiatric şi a jucat rolul de consilier ministerial pentru a afla câte unităţi armate sunt la dispoziţia industriei germane pentru protecţia fabricilor. Ca „finanţator german al extremei drepte”, a descoperit planurile unei lovituri de stat în Portugalia, iar ea „reporter de scandal” a lucrat la ziarul popular ÎHM şi ia dezvăluit metodele.

Uljjuros în Icithtură cu notele şi documentele, înregistrează totul şi Ihiocopiază fiecare document pe care doreşte să-l citeze. Aşa cum iptllic: „Am decis să acţionez sub acoperire pentru a avea o imagine IIM ipra zidului de camuflaj, negări şi minciuni. Metoda pe care am Hiluplal-o este foarte puţin ilegală în comparaţie cu înşelătoriile şi Hiiinevrele în afara legii pe care le-am demascat”.

Majoritatea articolelor sale au fost publicate în reviste, broşuri sau OHrţi, şi nu în ziare. Investigaţiile lui Waliraff iau foarte mult timp, mai imili timp, probabil, decât i-ar permite multe ziare unui reporter angajat. Plin rezultatele sunt impresionante, iar metodele sale, demne de mai

mult; 1 atenţie decât li se acordă.

Un ziar poate să trimită mai multe suflete în rai şi poate să salveze mai multe din iad decât toate bisericile sau capelele din New York.

James Gordon Bennett

Capitolul 11

Relatarea evenimentelor catastrofice

Ali remarcat că viaţa, viaţa reală şi onestă, cu crime şi catastrofe şi moşteniri fabuloase, are loc aproape exclusiv în paginile ziarelor?

Jean Anouilh, La répétition oul'amour puni, 1950

În jurnalism există o regulă nescrisă conform căreia, cu cât o ştire are un impact mai mare, cu atât e mai uşor de redactat articolul. În definitiv, în cazul unei ştiri despre 68 de victime ale unui incendiu izbucnit la o discotecă, nu e nevoie să petreceţi ore întregi rozând capătul creionului 9I inliebându-vă care ar trebui să fie unghiul de abordare din introducere. Îiisfl, deşi redactarea articolelor despre catastrofe este destul de simplă, documentarea pentru aflarea faptelor exacte ridică adesea dificultăţi.

Catastrofele majore sunt, prin însăşi natura lor, haotice. Până şi Minorităţilor le este greu să stabilească exact ce s-a întâmplat, chiar şi ilupit multe ore sau după zile întregi. Dezastrele pot avea loc în regiuni Inaccesibile, în ţări în care comunicaţiile lasă de dorit sau în care IHU orităţile sunt prost organizate şi reticente. Se pot petrece noaptea sau pol şi genul de dezastre naturale – asemenea uraganului Mitch din

America Centrală (1998) – în care e nevoie de câteva zile pentru a UNI imn amplitudinea impactului. Victimele umane, care, din punctul de vedere al scopului nostru profesional, reprezintă adesea principalul Indicator al importanţei ştirii, pot fi estimate cu destulă greutate. În dircial primele cifre pol li deosebit de înşelătoare.

Pe lângit acestea, mai există şi martorii, întotdeauna traumatizaţi ţi, confuzi, şi, prin urmare, declaraţiile lor sunt adesea destul de inexaelo, şi autorităţile pot induce în eroare: cel mai frecvent, din cauza faptului că acordă prioritate salvării vieţilor umane, şi nu asistării jurnaliştilor sau pentru că au interesul de a pune în prim-plan un aspect al incidentului ori de a trece sub tăcere un alt aspect. Atât în cazul dezastrului de la stadionul din Hillsborough, din 1989 (când 94 de microbişti au decedat), cât şi în cazul masacrului de la Dunblane (un singur om a împuşcat 16 elevi şi trei profesori într-o şcoală din Scoţia), forţele de ordine implicate s-au străduit să îşi minimalizeze responsabilitatea, la prezent, ameninţările legate de procese, despăgubiri materiale şi primo de asigurare pot determina autorităţile să fie şi mai prudente, necooperante, iar uneori le împing spre declaraţii eronate. În cazul dezastrelor» nu subestimaţi niciodată intenţia organizaţiilor implicate sau a celor care îi reprezintă pe cei implicaţi de a le face declaraţii jurnaliştilor în spiritul vreunui scop secret.

Din acest punct de vedere, un caz clasic este cel al revoltei din închisoarea Strângeways, în

aprilie 1990, probabil incidentul major cil cea mai defectuoasă reflectare mediatică. Acesta a început la data de 1 aprilie, când deţinuţii, furioşi din cauza supraaglomerării, deoarceo petreceau 23 de ore pe zi în celule, au luat cheile de la ofiţeri, au eliberat aproape 1.000 de condamnaţi, au incendiat capela şi sala de sport şi au preluat controlul închisorii. A fost un dezastru major, după toate standardele, dar şi fotogenic, datorită deţinuţilor care au atârnat steaguri improvizate la ferestre şi au urcat, mascaţi, pe acoperişuri, de unde au aruncat cu ţigle. Deoarece deţinuţii se baricadaseră în clădirilo principale şi au rezistat acolo câteva zile, nu se ştia nimic despre ceea co se întâmplă înăuntru. Au existat multe zvonuri conform cărora, în agitaţia de moment, autorii delictelor sexuale, care de obicei sunt segregaţi, au fost atacaţi.

Această lipsă a informaţiilor exacte a constituit un vacuum pe care tabloidele nu erau pregătite să-l lase aşa. Pe 2 aprilie, Daily Minor titra: „11 morţi în revoltă de la închisoare”; în aceeaşi zi, Evenhiff Standard afirma că fuseseră 20 de victime, iar două zile mai târziu Sun a dedicat prima pagină unei relatări „în exclusivitate”, conform căreia

„Îi tiu înregistrai peste M) tic victime” Pentru a nu rămtnc în urmă, jkllly Minorii replient prin Hl) e (nu (îi au spânzurat un poliţist”. Circulau NtMHiri despre execuţii prin spânzurare, după aşa-zise procese, castrări, în/onieri aruncat el; U sau ţintuiţi de mobile, înjunghieri, injectări» îi

„cocteiluri de medicamente” furate din farmacia închisorii, bătăi cu dillhl de fier şi smulgerea membrelor.

Ibate acestea s-au dovedit lipsite de fundament. Au existat doar două vir linie, iar „poliţistul spânzurat” din Daily Mirror era de fapt un Violator condamnat la închisoare care nu numai că nu a fost spânzurat, t lét t) \\petrecut zilele respective ispăşindu-şi liniştit pedeapsa la închini un ea Armicy din Leeds, la 110 km depărtare. A avut loc o acumulare un factori care au dat naştere unui amestec de zvonuri pe jumătate întemeiate, presupuneri false şi minciuni preluate de tabloide şi de unele ziare importante.

Iu primul rând, a contat haosul situaţiei, imposibilitatea de a şti ce se jWIrecca cu adevărat în acele momente. (Principala sursă a ştirii despre NCX ecuţie” a fost un avocat care le-a declarat magistraţilor din Oldham i n un client al său văzuse trei trupuri atârnând la balcoane. Acestea s-au llnvedil a 11 manechine utilizate pentru resuscitare la cursurile de prim Iţilllor.) în al doilea rând, multe dintre zvonurile cele mai înspăimânl (Unare au provenit mai ales de la gardieni. Aveau motivele lor pentru a titthcrie revolta drept „o explozie a răului”. Purtătorii de cuvânt s-au referit în mod constant la „morţi”, adesea în asociere cu zvonuri despre poveşti de groază. Departamentul guvernamental în chestiune a contribui! La crearea acestei impresii, livrând la un moment dat închisorii 20 de saci pentru cadavre.

Lotuşi, presa a avut un aport enorm la propria discreditare. Nu a pus hiib semnul întrebării declaraţiile, iar în unele cazuri nici nu a prezentat mvsie declaraţii că fiind presupuneri, ci afirmaţii clare. A dorit să pir/. Îiite versiunea cea mai dezastruoasă şi, în acest caz, a găsit complici oficiali dornici să dea o mina de ajutor. Jurnaliştilor li s-a declarat ceea în voiau să audă, iar ei au dat crezare, apoi tabloidele au exclus orice ni lunatic care nu se potrivea eu ipoteza lor. De exemplu, în dimineaţa Ultra a urmat debutului revoltei, un consultant de la spitalul general Nurlii Manchester a iiliiumt, intro conferinţă de presă, că nu fuseseră internaţi prizonieri grav răniţi. Doar ziarele mal noiloase au preluat afirmaţia. Un fapt extrem de important – majoritatea jurnaliştilor nu s-au întrebat dacă pare plauzibil ceea ce li se spune, ci pur şi simplu an reprodus totul. Au uitat că responsabilitatea unui jurnalist nu presupune numai găsirea unei surse pentru o ştire, ci şi încercarea de a ob (ino confirmări ale declaraţiilor surselor.

Un alt pericol autoindus al acurateţei şi realismului relatării catas trofelor majore este graba de a emite judecăţi. E un lucru mult mai clei întâlnit decât circumstanţele care au subminat relatarea incidentelor de la Strângeways, iar jurnaliştii ce se ocupă de investigarea dezastrelor care implică eşecul unor oameni sau al unor mecanisme sunt foarte înclinaţi să procedeze astfel. Nevoia de explicaţii imediate şi de personaje negative îi determină pe jurnalişti să

încerce să identifice vinovaţii, adesea cu mult înainte de aflarea tuturor faptelor. De exemplu, în mâl 1991, un avion Lauda Air Boeing 767 s-a prăbuşit în jungla thailandeză, iar cei 223 de oameni aflaţi la bord au murit. Printre ei se afla şi Don McIntosh, în vârstă de 43 de ani, un angajat al guvernului britanic implicat într-un program ONU antidrog. Acest simplu fapt a făcut cil Daily Star să tragă prea devreme concluzii. Ziarul titra pe prima pagină: „Sacrificaţi”, iar articolul relata cum „nemiloşii baroni ai drogurilor” (clişeu învechit, preluat din filmele cu mafioţi) au omorât 223 de persoane pentru a scăpa de un singur om. Desigur, era o pură speculaţie, bazată în totalitate pe o coincidenţă, şi anume prezenţa în avion a lui McIntosh. Cutia neagră a fost localizată la mai puţin de o săptămână de la accident, iar înregistrările au demonstrat că unul dintre motoare intrase brusc în marşarier, ceea ce a dus la prăbuşirea avionului.

Asiguraţi-vă că relatarea unui dezastru nu devine ea însăşi dezastruoasă

Adesea, primele relatări despre ceea ce se dovedeşte a fi un dezastru ajung la agenţiile de ştiri sub forma unor incidente banale, apoi capătă dimensiuni uriaşe. Uneori se poate întâmpla şi invers: ceea ce parc a 11 O calamitate de mari proporţii se dovedeşte ulterior un eveniment destul li uNgihlll, lixpericil (Îl vă va llivfiţii să nu vil grăbiţi’s «1 trageţi concluzii îl\\va ajuta sit dobândiţi un simţ special pentru discernerea eveni-lli» în «hn majore de cele minore, iată un

sfat: orice incident a cărui li! IMMhm (a nu este minimalizată în scurt timp ar trebui considerat că t im! Un potenţial major, până la probă contrarie. Nimeni nu şi-a ruinat ffHIIU (în pentru că a dat câteva telefoane în plus care s-au dovedit Mânuire, însă mulţi jurnalişti au rămas în foclorul redacţiilor pentru că ni nihil o ştire extrem de importantă.

Ruinul indiciu ar veni probabil sub forma unei ştiri de un rând prin Htfilţille de presă, de genul: „Incident la aeroportul Heathrow la 14.26, i îi un Itocing Euro Air". Acum ştiţi că agenţia de presă naţională nu şi-ar Imir capul cu vreun lucru absolut banal, dar în această fază incidentul ar Mai, i li aproape orice, de la o prăbuşire în toată regulă până la un lliH uiliu minor. Aşa că rămâneţi în aşteptare. Apoi, poate peste zece Mâiniiir, agenţia transmite: „Zborul Euro Air de la Frankfurt a aterizat lui ni, Nu se ştie încă dacă există victime".

Aresta este momentul în care trimiteţi un reporter şi un fotograf la

I H i locului. Şi mai faceţi încă o serie de alte lucruri: informaţi redac-lniu! Şef şi numiţi un redactor care să urmărească agenţiile şi să fie îhM» nsabil de eveniment, ceea ce va presupune gruparea ştirilor rele-Vunir de la toate agenţiile, de la reporterii şi colaboratorii implicaţi în ili/vultarea subiectului şi, în final, scrierea articolului principal de (ulmii pagină.

Hin acest moment apar alte informaţii şi devine clar faptul că aveţi tir îi face cu o

catastrofă de proporţii. Avionul a luat foc la aterizare, [WMD 100 de oameni au murit şi sunt multe întrebări care îşi aşteaptă JRftptitl Nul, Pe măsură ce trece timpul, unele dintre ele sunt clarificate: tiu livloii Boeing Euro Air 767 a avut probleme tehnice pe când se apropia în iieioportul Heathrow. Acestea s-au agravat. Un incendiu a izbucnit la unul dintre motoare, care s-a desprins de aparatul în zbor, un alt motor

II Inul Ine, circuitele electrice ale avionului au cedat, iar pilotul a fost nnvnll să aterizeze prin comandă manuală, având numai două motoare în lum lume. Motorul desprins a căzut peste o şcoală, în care nu se afla la iii, din fericire, nicio persoană. Apar din ce în ce mai multe informaţii, nu în modul logic în cuie nlul prezentate aici, ci sub formă de fragmente confuze, cu retractări şi corecţii ce însoţesc chiar şi cele mai ciudntl amănunte.

Numărul de victime anunţat oficial este de trei sau patru, apoi prim îţi un telefon de la un reporter care vă spune că a vorbit cu o femeie Of văzuse „multe cadavre”. Mai aflaţi că la bord se aflau ministrul gen imn al Comerţului, Dieter Boch, care a murit în incendiul izbucnit după aterizarea forţată, şi starul rock Elton John, care a ajutat la operaţiunii! De salvare. Are loc o conferinţă de presă, iar compania aeriană declari că focul a început în cabina de pilotaj şi în zece minute după aterizări a cuprins tot avionul. Din câte se cunoaşte, numai 60 dintre cei 210 pasageri au supravieţuit, mulţi fiind răniţi. Dacă

sunteţi norocos, foarte norocos, veţi afla toate aceste informaţii în timp util pentru un priffl articol. Totuşi, în mod obişnuit, se va scrie despre accident şi fi numerele următoare, iar primul număr în care apare ştirea va fi tipării înainte de aflarea tuturor detaliilor.

Un element persistent pe parcursul întregii zile este nesiguranţa Oii privire la amplitudinea dezastrului şi la modul în care trebuie prezentalO celelalte ştiri ale zilei. Cu toate acestea, într-o lume ideală, iată cum nr, trebui să-şi coordoneze relatarea ideală un ziar serios şi cum ar trebui pusă ea cap la cap:

nararea cronologică a evenimentului: dumneavoastră sau echipa din care faceţi parte trebuie să reconstituie, minut cu minut stai oră cu oră, ceea ce s-a întâmplat, de la început până la sfârşit. Nit trebuie să vă obosiţi punând întrebarea: „Şi după aceea ce s-a mul întâmplat?”. Încercaţi să refaceţi în minte, cadru cu cadru, filmul evenimentelor. Păstraţi legătura cu toate serviciile de urgente spitale şi autorităţi. Partea narativă a articolului va fi cu siguranţă redactată de persoana care coordonează operaţiunea şi va reprezenta miezul acestuia. Elementele constituente ale naraţiunii pot fi redactate sub forma unor aliniate scurte, fiecare fiind însoţit de ora exactă la care au avut loc întâmplările respective; declaraţii ale martorilor oculari: sunt obţinute de dumneavoastră de la Persoanele aflate la fala locului, de la agenţiile de presă şi de la reporterii din redacţie care contactează telefonie

oamenii ce au apărut la TV şi la radio ca martori oculari. Reporterii trimişi la lata locului sau la Spitale trebuie să se asigure că primesc Informaţii exacte în legătură cu aspectul despre care trebuie să se documenteze – atmosferă, declaraţii, desfăşurarea evenimentelor, cauze etc. În caz contrar, veţi descoperi că mai mulţi reporteri aduc aceleaşi informaţii, şi atunci nu trebuie să vă enervaţi pentru că sunteţi nevoit să puneţi cap la cap fragmentele de informaţii. Cea mai frecventă greşeală legată de articolele despre dezastre, când sunt implicaţi mai mulţi reporteri, constă în faptul că toţi termină documentarea mai devreme, pentru a se apuca să redacteze versiuni impresioniste ale evenimentului; cauza: atât cauza imediată, vizibilă, constituită de defecţiunile mecanice, cât şi cauza mai profundă reprezintă părţi vitale ale articolului, dar aflarea unor informaţii solide despre ele poate lua destul timp. E important să nu vă grăbiţi să găsiţi vinovaţi. În loc de aceasta, concentraţi-vă asupra descrierii tabloului complet al evenimentului şi trataţi chiar şi ipotezele oficiale drept speculaţii, până la probă contrarie. Au existat multe cazuri de oficialităţi care s-au trezit reflectând cu glas tare – uneori foarte convingător – despre cauzele unor dezastre. Ziarele care publică aceste declaraţii că fiind întemeiate sunt puse ulterior într-o lumină ridicolă. Orice teorie lipsită de dovezi care implică terorismul sau sinuciderea trebuie abordată cu grijă, impunându-se o atribuire clară şi sublinierea lipsei dovezilor;

Siguranţa avioanelor de tip Boeing 737: în câte accidente au fost implicate? Care au fost cauzele lor?;

Profilul companiei Euro Air: detaliile complete şi istoria liniei aeriene implicate, plus efectele posibile ale accidentului asupra companiei, preţurilor acţiunilor etc. Dacă sediul companiei poate fi contactat, aş trimite un reporter acolo pentru a vorbi cu) crsonalul şi a obţine orice informaţie care să indice dacă linia aeriană tăcea cumva economii. Există posibilitatea să fi redus, recent, costurile de întreţinere a avioanelor; profilul pilotului: potrivit informaţiilor pe care le deţinem, a jucat nu rol etole, iiianevriud avionul cu ajutorul comenzilor

JURNALISTUL UNI VI. USAI.

Manuale, fără două motoare. Oamenii vor dori şi alte informaţii despre trecutul şi experienţa lui;

Necrologul lui Dieter Boch: în acest caz e posibil să nu fie necesar un articol separat, însă atunci când o personalitate moare într-un dezastru, trebuie întotdeauna să-i daţi unui reporter sarcina de a se documenta în legătură cu viaţa sa;

Victimele: până când victimele sunt identificate, ele nu reprezintH decât o cifră. Când le aflaţi numele, veţi dori să ştiţi cine erau, CU ce se ocupau etc. Aproape întotdeauna există relatări despre persoana care abia a reuşit să prindă avionul, în ultimul minut, sau altceva de genul acesta;

Operaţiunile de salvare: Ce s-a întâmplat la sol, după prăbuşire? Cum au reacţionat echipajele de salvare? Cine au fost eroii şi eroinele operaţiunii? Cine a condus-o?; Elton John: Care a fost rolul său în operaţiunile de salvare? Care era motivul călătoriei sale etc.?;

Cronologia accidentelor recente: o listă a accidentelor importanto din Marea Britanie în ultimii zece ani sau a accidentelor grave de avion din întreaga lume din ultimii doi ani. Este genul de material furnizat de regulă de agenţiile de presă; descrierea scenei accidentului: atmosfera de pe pista de aterizare şi din interiorul aeroportului reprezintă un material de o valoare inestimabilă pentru partea principală a articolului. Atenţie la detalii; evitaţi amănuntele impresioniste sau previzibile; cutia neagră: Ce este o cutie neagră de înregistrare a datelor de zbor? Ştiţi cum funcţionează, ce înregistrează de fapt şi cum arată? Cutia neagră este unul dintre obiectele despre care toată lumea vorbeşte cu uşurinţă, dar foarte puţini ştiu într-adevăr ceva despre acest dispozitiv, cu excepţia faptului că e o piesă majoră în orice anchetă privind un accident de avion. Spre exemplu, cutia nu este neagră. Unele detalii despre cutia neagră ar putea 11 înfăţişate într-un material separat sau incluse fuir un articol despre ancheta de după accident;

Punctul de vedere ol experţilor\de multe ori, Ullkl e vorba de dezastre, în special despre cele ce no Inllntpin ini, constataţi că

KM A IAH I A IIVMNIMIINÏ I.UIK

Aveţi nevoie dintr-odalH de exxjrţi care să explice aspectele tehnice. Accidentele de avion sunt evenimente destul de frecvente, dar, chiar şi aşa, se poate realiza un interviu cuprinzător cu un expert în siguranţa zborurilor sau i se poate cere să scrie un material pentru ziar. Spre exemplu, putem avea un fost anchetator de accidente, pensionat, care ar putea să ne ofere amănunte fascinante Dacă găsiţi asemenea experţi, încercaţi să-i aduceţi la redacţie. Dacă se află în redacţia dumneavoastră, alte ziare nu pot ajunge la ei; piesa de greutate: cele mai importante informaţii din materialele de mai sus (şi din alte anchete, cum ar fi efectul asupra programării zin) rurilor şi o listă cu numere de telefon ce pot fi apelate de rudele neliniştite) trebuie reluate în articolul principal. Ea va constitui relatarea din prima pagină şi va fi lungă şi cuprinzătoare, în mod normal, cea mai bună abordare este una simplă, cu o construcţie narativă directă, lipsită de implicaţii emoţionale: „Totul a început atunci când…”, însoţită de un lead de câteva aliniate. Nu încercaţi să apelaţi la trucuri, mai ales dacă e vorba despre un eveniment care încă nu s-a încheiat. Relataţi doar informaţiile de care sunteţi sigur şi nu lăsaţi nimic la voia întâmplării, dacă ştiţi alte detalii mai interesante.

I poar câteva dintre aceste elemente constituie părţi separate. Unii ar putea crede că un asemenea mod de a scrie un articol ar fi exagerat din Mlltelul de vedere al expansiunii şi al

aplicabilităţii. Dar în cazul unui Hllhicct de aceste dimensiuni aveţi şansa să realizaţi un material detaliat pO o temă de mare interes public. Televiziunea va furniza prima ştirile ţi. Imaginile de la locul accidentului, dar nu poate oferi profunzimea pe nur o oferă ziarele. Un program de ştiri de o jumătate de oră conţine doar atâtea cuvinte câte încap pe prima pagină a unui cotidian de interes lieiicral? şi Chiar dacă nu acesta este motivul principal, dumneavoastră, i îi redactor de ştiri, veţi fi judecat de subordonaţi şi de colegi în funcţie de acurateţea, viteza vi profunzimea cu care înţelegeţi să trataţi subiectele Importante. Cel mai maro robiei al editorilor este că nu au valorificat llltrugul potenţial al am» ylhl.

Pierderile umane

În relatarea dezastrelor, există două aspecte care pun adesea probicnitl I pierderile umane şi înştiinţarea familiilor victimelor. În primele oty estimările privind numărul victimelor sunt o sursă neîncetată de confuzloi în cazul catastrofelor naturale, cum sunt inundaţiile, nesiguranţa 10 poate prelungi câteva zile; chiar şi mai târziu, estimările oficiale se pot dovedi aproximative. După cutremurul din Tōkyō din 1923, de exemplu i cifrele din ziare privind numărul morţilor au urcat de la 10.000 ht 500.000 şi apoi la un milion în numai trei zile. Cifra reală a fost de aproximativ 150.000, dar până să o anunţe, ziarele relataseră că vulcanul Fuji erupsese (nu era aşa), că o insulă din Golful Sagami dispăruse sub valurile provocate de cutremur (fals) şi că prim-ministrul

Japoniei fusoMA linşat de o mulţime ieşită din minţi (de asemenea, incorect).

Primele estimări ale pierderilor umane sunt ori prea mari, ori preft mici. Totuşi, cu puţin noroc, va exista suficient consens pentru a obţino o cifră rotunjită pe care să o puteţi folosi cu încredere în titlu şi în leadt Dacă nu, atunci preluaţi cea mai mică cifră de la o sursă care este, de obicei, de încredere şi scrieţi: „Cel puţin X oameni au murit în... „sau cea mai mare cifră ce pare plauzibilă şi spuneţi: „Cel mult X oameni se crede că au decedat în urmă...". Această ultimă variantă nu trebulo totuşi folosită ca un procedeu de exagerare a subiectului, deci asigu»raţi-vă că ştiţi ce reprezintă cifrele care vi s-au comunicat. Este vorbit despre numărul victimelor găsite sau despre o estimare a numărului final? Cifrele referitoare la răniţi reprezintă numărul de spitalizări sau totalul celor răniţi, inclusiv cei cu leziuni uşoare?

Chiar şi autorităţile cele mai prudente fac greşeli mari în legătură cu pierderile umane. Catastrofe feroviară de la Paddington, Londra, din 1999, e un caz clasic. Două trenuri s-au ciocnit dimineaţa, la o oră de vârf, şi imediat a fost clar că este vorba despre un eveniment major. În câteva ore fusese stabilită succesiunea principalelor întâmplări, precum şi estimarea a aproximativ 70 de victime. Apoi au început să circula zvonuri teribile despre o „minge de foc" care ar fi traversat acum celebrul vagon îl din faţa trenului. Toţi cei aliaţi înăuntru, afirmau

Kl I a i a-mi a i vi uimi n i îi nu CATAKTKOIICli

Nllilalilălile, au fost incineraţi Instantaneu. A doua/i după ciocnire, llliole ziare au publicat estimarea de peste 70 de victime că fiind sigură, tipul numărul a crescut, ca urmare a declaraţiilor brigăzilor de pompieri ţi, de poliţie, la „probabil în jur de 170”. Totuşi, atunci când la fota locului au fost trimise echipaje pentru a cerceta zona în amănunţime, a devenil clar că, departe de a găsi vagonul H plin de rămăşiţe calcifiate, la acesta nu se afla nicio victimă. Nimeni – nici poliţiştii, nici jurnaliştii – llll a discutat cu supravieţuitorii care se aflaseră în vagonul H şi nu i-a întrebat câte persoane se aflau acolo. S-a dovedit că, în loc de zeci de tiiimciii, cât se estima după capacitatea vagonului, fuseseră doar o duzină tio călători. Toţi au scăpat cu viaţă. După câteva zile, numărul victimelor în rt/use la 35.

(\mlactarea rudelor victimelor

T niitactarea rudelor victimelor este o îndatorire care înspăimânta orice Importer. Ar trebui să fiţi destul de „detaşat” ca să nu împărtăşiţi această npluie. Dificultatea, cel puţin din perspectiva reporterului, este corelată OU intervalul de timp ce a trecut din momentul în care familia a fost anunţată. Întotdeauna pare mult mai greu să fii nevoit să dai un telefon nil să-i vizitezi pe cei îndureraţi la câteva ore după accident decât să-i VO/i la câteva zile după ce soţul, fiul, soţia sau fiică a decedat. În SUA Nim în alte ţări, în care poliţia nu exercită un control

strict asupra lolevării identităţii victimelor, vă puteţi trezi vorbind cu o familie care facă nu ştie că ruda respectivă nu mai este în viaţă. Nu e de mirare că nuli reporteri, când sunt solicitaţi să facă acest lucru, se prefac că dau lololbn şi pretind că nu a răspuns nimeni. Cu toţii am făcut cândva acest lucru.

„Telefonul morţii” este unul dintre numeroasele aspecte ale meseriei la care nu poate fi vorba despre abordări dure şi rapide. La una din extreme e situează ideea conform căreia publicul are dreptul să ştie toate amănuntele legate de accident (inclusiv rezumatul vieţii victimei). Orice nhatere de la această vi/. Lune e catalogată drept lipsă de profesionalism. Dacă acest lucru premipune înapoitunarea celor îndoliaţi, atunci aşa trebuie procedat. Exemplul cel mai lipsit de sensibilitate pe care îl cunosc îl implicit pe redactorul-şef de la Los Angeles Examiner, Jim kiehardson. Potrivit autobiografiei reporterului sportiv Jim Murray, Ricliardson i-a cerut odată reporterului Wain Sutton să o sune pe inaiiim unei tinere care fusesc omorâtă.

„Nu-i spune ce s-a întâmplat”, l-a instruit pe acesta, „spune-i că filoft ei tocmai a câştigat un concurs de frumuseţe la Camp Roberts. DupR aceea, scoate cât mai multe informaţii de la ea”. Sutton a proecdot conform indicaţiilor, iar mama, veselă, a povestit pe scurt viaţa fiicol ei. Apoi, Sutton a pus mâna pe receptor. „Acum ce fac?”, a întrebat el. Richardson i-a răspuns cu cinism: „Acum spune-i”.

S

Că tehnică, abordarea de acest tip face parte din camera ororilor jurnalismului. La cealaltă extremă se situează ideea conform căreI orice abordare a celor îndoliaţi este o intruziune nejustificată şi, prl urmare, nu trebuie întreprinsă. Din acest punct de vedere, reporterii ai1 trebui să se mulţumească cu informaţiile care pot fi obţinute din sunw publice sau de la cunoscuţi ce nu erau implicaţi într-o relaţie afectivă cu victima (de exemplu, colegi sau vecini).

După părerea mea, atitudinea cea mai inteligentă şi mai profesionism este o abordare sensibilă a membrilor familiei, pentru a le oferi şansa să-şi exprime opinia. La urma urmei, ce drept aveţi să le interziceţi să vadă viaţa celui drag povestită, poate pentru singura dată, în mod concret, decât să fie un simplu nume pe lista victimelor? O abordare bine gândită va fi adesea întâmpinată cu o bunăvoinţă surprinzătoare» Multe rude îndoliate vor să creadă că viaţa celui apropiat lor e demnă de a 11 consemnată, iar dacă stau de vorbă cu reprezentanţii presei, aceasta e o modalitate prin care pot să intre în legătură cu cei neimplicaţi şi să-şi împărtăşească durerea. În situaţia lor, chiar şi dialogul cu un reporter devine o componentă a terapiei. Derek Lambert, reporter la Daily Minor, consemna în memoriile sale:

Ori de câte ori îi făceam o vizită unui părinte îndurerat sau unei văduve îndoliate, eram binevenit în casa lor. Scoteau albumele de (olografii un bitli lH În pantaloni scurţi, un

militar/îmbine! Cu

(itti Klrie şi plin de sine, în uniformii de galii şi începeau să depene tuninliri. Iu momentul în cure ajungeam la portiţa grădinii, eu eram cel ce simţea ctt-l vine să pungă.

Regula de aur este încercarea de a empatiza, o atitudine prezentată ilnpi esenţială în cadrul indicaţiilor excelente oferite de victims and Midia Center din cadrul Facultăţii de Jurnalism de la Michigan State Universily. Iată sfaturile lor pentru reporterii care trebuie să discute cu liiiliile îndoliate:

creaţi-le membrilor familiilor victimelor sentimentul că deţin controlul. Rugaţi-i să vă spună dacă doresc că vreuna din afirmaţiile lor să nu apară în ziar. Lăsaţi-le numărul dumneavoastră de telefon şi spuneţi-le că vă pot suna dacă vor să discute despre cele întâmplate; vorbiţi de la bun început despre intimitate şi confidenţialitate. Kxplicaţi ce anume vă interesează, cu cine doriţi să staţi de vorbă şi pentru cât timp; fiţi pregătit să le daţi veşti proaste – dacă nu e vorba chiar despre anunţarea decesului, poate fi un alt aspect pe care nu îl cunoşteau; abordaţi-i fură a avea carneţelul în mina şi întrebaţi-i ulterior dacă puteţi lua notiţe. Întrebaţi dacă puteţi utiliza un reportofon; arătaţi-le că sunteţi alături de ei. Faceţi afirmaţii de genul: „Îmi pare rău că vi s-a întâmplat asta”, „îmi pare bine că aţi scăpat cu viaţă”, „Nu e vina dumneavoastră” sau „îmi pare rău pentru pierderea pe care aţi suferit-o”.

Dacă daţi curs ultimului sfet, aveţi grijă să nu

spuneţi: „Ştiu cum vă uhuţiţi”. H destul de puţin probabil să fie adevărat. Profesorii de la Michigan State University au fost informaţi despre cazul unui tânăr ftfM» rler ce a intervievat un bărbat a cărui fiică tocmai fusese violată şi Ui Îmi. „Ştiu cum vă simţiţi”, a spus reporterul, „ţin minte cum a fost i lud mi-a murit câinele”. Nu e o consolare prea mare pentru cineva care îi a pierdut de curând unica fiică.

În rele din urmă, dară luaţi legătura telefonic cu familia victimei, Iuţii nu indiciu pentru a face faţă reacţiei de iritare sau supărare. Provine illu experienţa l. cinci liurhnuaii. Câştigătoare a Premiului Pulitzer, fost reporter la Miami Herald. În cei 18 ani de Jurnall Niii, a scris articolE despre peste 5.000 de morţi violente şi adesea familiile victimelor 149 trântit receptorul în nas. Tactica ci era să aştepte un minut, apoi să punct mina pe telefon şi să sune din nou. Deseori, persoana respectivă îţi schimba atitudinea sau la telefon răspundea un alt membru al familiei, mai receptiv. „Sunt Edna Buchanan, de la Miami Herald”, spunea că „S-a întrerupt adineaori”. Buchanan adaugă:

Este extrem de important să le oferi şansa să se răzgândeasc deoarece pot regreta imediat că au închis telefonul ori cineva din cameră ar putea spune: „Ar fi trebuit să vorbeşti cu ziaristul”. Daci închid din nou, nu le mai acord şi a treia şansă. Dar în peste jumătate din cazuri ajung să vorbească la a doua încercare.

Toţi reporterii sunt nişte duri, nu-i aşa?

În sfârşit, cât de bine credeţi că s-ar descurca majoritatea reporterilor dacă ar fi implicaţi într-o catastrofă? Toată lumea crede că reporterii sunt duri ca stânca. Cinici, reci, calculaţi şi poate chiar cu o doză de cruzime. Genul de oameni care pot privi un cadavru în ochi cu zâmbetul pe buze. Oameni ca Ben Hecht, fost reporter la Chicago Daily News.

Între 1910 şi 1920, el a scris despre toate faptele sordide ce 80 petreceau în dinamicul oraş al gangsterilor şi în care era implicată pleava societăţii. Specialitatea lui erau crimele, raidurile poliţiei, tribib dalele şi celulele condamnaţilor. Zilnic vorbea cu criminali şi monştri, psihopaţi şi perverşi. Văzuse toate scursurile din Chicago şi reuşise ca niciodată să nu întoarcă privirea şi să nu se piardă cu firea.

Asta până într-o zi, când a participat la procesul unui bărbat care îyl măcelărise întreaga familie. Lui Hecht îi părea doar un caz obişnuit în momentul în care s-a aşezat în sală plină de reporteri, privindu-l po criminal, o namilă de om, ce stătea impasibil în faţa judecătorului, înainte de pronunţarea sentinţei. Judecătorul pronunţă calm: moarto prin spânzurare. Dar în acel moment, uriaşul se trezi dintr-odată III viaţa. Strigfild: „Vrei să mă spânzuri, da?”, a scos din haină un cutii de

UHI. ATAIWA l<Vt<NIMIC (N’nu. OI< CÂTA. WUOI ICI.

TiüiM Lu, cu Innin lunurt, îi I a împlinea în inima judecătorului. Acesta iţ ifi/ui, dându-şi

sunarea.

i) liteerc de gheaţă cuprinse sala. Toată lumea, inclusiv durul Hecht, pht înmărmurită. De fapt, toată lumea cu excepţia unui reporter mărunţel îl» În un ziar rival numit Inter-Ocean. Hecht îl observa cum scria cu hillo, singurul reporter dintre cei 30 din cameră care avusese nervii lllilrajuns de târî pentru a nu fi uitat pentru ce se afla acolo. Mai mâzgăli Vaine de câteva momente, umplând câteva păgânuţe, apoi strigă: „Curier! Lui un tânăr se grăbi să ia foile şi se îndrepta spre telefoane.

Ilocht îşi aminteşte: „Niciunul dintre cei care erau în sală nu HVllNcse prezenţa de spirit să scrie măcar un cuvinţel, paralizaţi de atac (Ulii erau. Şi totuşi, acest tip de la Inter-Ocean dovedise nervi de oţel şi llll no oprise nicio clipă din a-şi face meseria. Pur şi simplu simţeam IM? Valii să aflu ce scrisese”. Hecht a alergat după curier, l-a prins de braţ ţi. 1 îi smuls paginile din mină. Pe toate paginile, repetate de multe ori, VII (în scris tremurat, se găseau cuvintele: „Judecătorul a fost înjunghiat, [Udochtorul a fost înjunghiat, judecătorul a fost înjunghiat…”

Când auzi un jurnalist descriind ceva drept tulburător, ştii că nu îl poţi lua în serios.

Kenneth Robinson

J, Capitolul 12

Greşeli, rectificări şi farse

Probabil că un editor şi-ar putea împărţi ziarul în patru capitole;

Adevăruri, probabilităţi, posibilităţi, minciuni.

Thomas Jefferson

A fost odată ca niciodată o vreme când ziarele nu făceau greşeli. Murit vi se pare că afirmaţia aceasta seamănă cu începutul unui basm, llll v-aţi înşelat. Dintotdeauna, în ziare au apărut şi greşeli, doar că nu vi nu recunoscute ca atare decât la presiunile avocaţilor. Decenii întregi, hfOML n preferat să mintă cu încredere în loc să caute adevărul.

Pretenţia de infailibilitate era absurdă. Jurnalismul lipsit de acurateţe H urneiat (şi generează în continuare) milioane de detalii greşite, relatări (noxiicic şi destul de multe ştiri fals spectaculoase. De exemplu, pe 1.1 aprilie 1912, în Baltimore Evening Sun a apărut un articol cu titlul „Ibli pasagerii de pe Titanic sunt teferi”. La data de 3 noiembrie 1948, (lilrago Daily Tribune titra: „Dewey îl învinge pe Truman” The Times M liprtrit cu litere mari pe prima pagină: „Jurnalele secrete ale lui Hitler Vor fi publicate”. Aşa cum au aflat la scurt timp contemporanii după ipnrlla fiecăruia dintre aceste articole, pe Titanic au murit 1.500 de niimrni, Harry Truman l-a învins pe Dewey, iar jurnalele respective nu ItlNON erti scrise de Miller, ci de un mărunt farsor german, numit Konny l’Inciter.

Iu prezent, ziarele serioase recunosc apariţia unor erori în paginile lor (fi le coreeteazfl cil mul repede posibil. Ele admit că articolele sunt futincinlü de Ittpuirl UII inilO NUptlNO tireşelii şi onor mari presiuni, care nu au acces la toate sursele. Inevitabil, se pot Ntrecil Nl erori. Ele se

împitll în şase categorii:

erori de detaliu – nume, vârsta, adresă ele; erori narative – o informaţie falsă dintr-o relatare în rest adevăraţii

farse şi mistificări – întregul articol reprezintă o ficţiune; erori de context – context incorect sau incomplet, determinând i) relatare inexactă; erori de omisiune – o relatare care devine neverosimilă din cair/A unui fragment care lipseşte; erori de interpretare – doi şi cu doi fac cinci.

Ziarele mai serioase, cum ar fi Chicago Tribune, dispun de un sistem de înregistrare şi identificare a erorilor, încercând să corecteze orlefl etapă a procesului jurnalistic care a generat eroarea. Aceste ziare nil învăţat foarte multe despre modul cum apar erorile şi despre cei ce Io comit. Adevărul este că nicio altă categorie de jurnalişti nu fac mai multe erori decât reporterii. Potrivit unor sondaje realizate de 77 «Guardian şi de Förth Worth Star-Telegram din Texas, jumătate câinii r erorile care văd lumina tiparului sunt cauzate de reporteri. (Editorii sfiit responsabili pentru o eroare din cinci.) Este o informaţie important pentru ziare, dar cu atât mai mult pentru fiecare autor de articole, deoarece nimic nu distruge mai repede (sau mai profund) reputaţia unul reporter decât un trecut presărat cu multe erori.

Reporterii care încearcă în mod serios să nu intre în această categorlo trebuie să conştientizeze două lucruri: în primul rând, faptul că acurateţOB articolelor este responsabilitatea

lor şi că nu poate fi transferată altcuiva «de exemplu, editorului sau corectorului; în al doilea rând, obişnuiţi-vs să fiţi atât de conştient de modul în care se strecoară erorile, încât verificarea potenţialelor capcane să devină o a doua natură. Nu învăţaţi numai din erorile dumneavoastră, ci şi din cele ale altora. Dacă vedeţi o erată într-un ziar, încercaţi să vă daţi seama cum a apărut greşeala.

Erorile

L. Xislă opt cauze principale ale erorilor din nilirole.

Informaţiile false primite de la surse

URMEI unor clemente simple, cum ar fi numele, datele şi vârstele, se iţiuuc cil nu poţi face multe în cazul unor informaţii greşite. Nu sunt de rtinid, Puicii verifica de două ori, să vă întrebaţi dacă sursă este în IIIH hui A să cunoască tot ceea ce afirmă, să fiţi atent la indiciile care-l» Hi mulează inexactităţi („Cred că…”, „Probabil că…” sau „… aşa am 111/ÎI…”) şi să încercaţi să vă daţi seama dacă informaţiile par plauzibile. (SIIOMca, puţină reflecţie vă va semnala contrariul. O sursă de erori im ud ha este preluarea unor informaţii pe care le-aţi obţinut (probabil în limbul unei situaţii încă neclare) şi prezentarea lor fără a le atribui imu, inui, în loc să menţionaţi că e vorba despre o presupunere emisă de îI mu să aşa a apărut eroarea referitoare la Titanic, deoarece ziarul a dat fic/iirc asigurărilor făcute de proprietarii vasului, compania White Star I îno, şi nu a precizat sursa când a afirmat că toţi pasagerii scăpaseră cu VI. Un.

Notl (ele imprecise

Noi Iţele defectuoase – de la o stenogramă neclară la un cuvânt care ar DUloa fi interpretat în două feluri – generează adesea inexactităţi în Ifileolc. Nu vă bazaţi pe stenograme sau pe ceea ce aţi notat, nu iM Niipuncţi că sursele au vrut să afirme un anumit lucru – întrebaţi a lliiuu oară. Veţi întâlni mai puţine reacţii negative decât vă imaginaţi. Oblignuiţi-vă să le cereţi să pronunţe numele pe litere.

Omisiunea unei duble verificări a „faptelor”.

Adesea, o sursă declară un lucru care contrazice afirmaţiile unei surse Midi ioare. Verificaţi o dată, de două ori, de trei ori, dacă este necesar, hiuvdaţi la fel şi în cazul documentelor. Câteva secunde în care ve-llliraţi dacă aţi notat corect cifrele şi numele vă vor scuti de neplăceri Imn în mari.

Lipsa impulsului de a verifica faptele sau evenimentele „senzaţionale”.

Cultura jurnalismului include o afectare care-i opreşte pe reporteri R verifice prea atent aspectele senzaţionale ale unei ştiri, ca să nu dun peste vreo dezminţire sau chiar o negare a lor. O astfel de atitudine naivă contrazice o experienţă de generaţii, şi anume că puţine subieelo sunt la fel de clare, în alb sau negru, ori atât de extraordinare cum par în prima vedere. Dacă nu sunteţi dotat cu un scepticism sănătos, încercaţi să-l dezvoltaţi.

Omiterea recitirii unui articol abia scris

Cu toţii facem greşeli de redactare când lucrăm în grabă şi avem în minte idei care nu se reflectă în notiţele noastre. O lectură de dragul acurateţei (pe lângă cea pentru corectarea stilului şi pentru posibili) tăieturi) elimină multe dintre aceste greşeli.

Ignorarea intuiţiilor legate de un articol

Orice reporter cu experienţă cunoaşte sentimentul că a dat peste o ştire „senzaţională", care va fi titrată cu litere mari, dar are îndoieli. Nu prüft pare să fie adevărată, nu se potriveşte cu ceea ce ştia deja etc. Greşeala constă în a merge înainte, de teama că prevederea s-ar putea să răpcaseft gloria locului de pe prima pagină. Dimpotrivă, îndoielile nu trebuit) ignorate. De cele mai multe ori, se vor dovedi întemeiate. Multe dinirfl erorile pe care le-am făcut au fost cauzate de faptul că ego-ul meu dornic de laude nu a ascultat vocea înţeleaptă a jurnalistului raţional din mintea mea.

Omisiunea elementelor care nu se potrivesc

Cu o teorie preconcepută (sau elaborată în pripă)

Una dintre cele mai mari capcane pe care uit jurnalist trebuic să încerco permanent să le evite este fixarea asupra unei Imnului prestabilite a uni1!

Mituiţii, tiiainlo de cu nlln toate elenicittcic sale (chiar dacă nu le puteţi şti niciodată pe toate), Accilhln reprezintă un pericol permanent în cazul litrilor despre evenimente importante, deoarece există o presiune mare de a oieri o relatare cât

mai exhaustivă a evenimentului, precum şi o explicaţie rezonabilă. Un exemplu clasic ar fi revolta de la închisoarea Shangeways din Manchester, descrisă în capitolul 11, consacrat relatării calaşi rolelor.

(iniba de a da articolul la tipar

Aceasta a fost eroarea în cazul jurnalelor lui Hitler. Încercarea de a Ho (da o informaţie deţinută în exclusivitate (exacerbată de opinia răspândită în cadrul News International conform căreia obiectivul jurnalismului îl reprezintă distracţia, şi nu adevărul) a dus la publicarea lini col ului înainte de efectuarea unor verificări ştiinţifice. Teama de a nu pierde exclusivitatea l-a determinat pe Murdoch să se grăbească să aprobe publicarea, în ciuda unui dezacord puternic din partea majorităţii jurnaliştilor cu experienţă de la Sunday Times. Neajunsurile imizate degrabă de a publica un articol care exagerează mult lucrurile evidente sunt o cauză frecventă a erorilor majore din articolele de dimensiuni mai mici sau mai mari. Morala este clară – publicaţi doar Viirile de care sunteţi sigur. (Observaţi că de pe această listă lipsesc oboseala şi lipsa de experienţă. Acestea nu sunt cauze ale erorilor, ci o scuză pentru ele.)

În sfârşit, pentru reporterii care consideră că se face prea mult laiutam în jurul importanţei acurateţei, iată o ştire foarte serioasă. A apărut în C-Ville Weekly, un tabloid difuzat în Charlottesville, Virginia. Conform acestuia, clienta unui club de sănătate destinat femeilor a

descoperit o oglindă cu două feţe care fusese plasată în vestiar. În ziar au apărut şi fotografii şi o ilustrare grafică. În articol se făceau speculaţii (prin intermediul afirmaţiilor unui psiholog) despre motivaţiile persoanei cure ar fi pus la cale o asemenea faptă. Ştirea s-a dovedit a fi adevărată, iar la cinci zile dopa apariţia articolului, proprietarul clubului a fost (tttsil mori llll un Mrc. Se sinucisese. Sunt greu de imaginat repercusiunile asupra reporterului, dacă ştirea h în li dovedit l-ai. Să Acest exemplu ne ajută să nu uităm că, deoarece nu cunoaştem efectolO pe care le pot avea articolele noastre, ar fi bine ca ele să fie conforma cu realitatea.

Cum ar trebui să reacţionaţi în cazul greşelilor

„Cu promptitudine şi candoare” – acesta este răspunsul. El se aplieb fără reţineri, dacă – aşa cum se întâmpla adesea – aveţi timp să corectaţi greşeala înainte de apariţia articolului său, în cazul ziarelor mai mari, să o corectaţi de la o ediţie la alta. Chiar dacă e prea târziu, o mărturisiro rapidă (şi, dacă eroarea e destul de gravă, trebuie să contactaţi surHIT afectată) vă va ajuta să ameliorаţi consecinţele, atât din punct de vedere juridic, în ceea ce priveşte ziarul, cât şi în ceea ce vă priveşte. Conform experienţei mele, dacă eroarea nu este prea grosolană, jurnaliştii care o recunosc rapid şi îşi asumă responsabilitatea scapă cu o reputaţie mul bună decât cei ce se ascund în umbră, aşteptând să fie găsiţi alţi vinovaţi, Aceştia ajung să fie concediaţi.

Dacă apar plângeri din afara ziarului, în primul rând trebuie stabilit că „greşeala” este clar o greşeală. Sursele oferă deseori astfel de pretexte, mai ales cele care au avut probleme la locul de muncă din cauza deschiderii către presă. Multe acuzaţii, referitoare mai ales la citări greşite, se dovedesc a fi doar încercări ale surselor de a-şi acoperi urmele.

Odată ce o eroare a fost identificată ca atare, trebuie publicată rapid o erată, de preferinţă într-un spaţiu anume alocat. Uncie ziare, cum ar fi Mobile Register din Alabama, publică toate eratele pe prima pagină. La Piam Dealer din Cleveland, erata e situată pe pagină cât mai aproape de locul în care a apărut greşeala şi este postată în pagina 2. Augusta Chronicle procedează la fel, iar dacă greşeala a apărut pe prima pagină, acolo este publicată şi erata. Un asemenea mod de a proceda nu e un semn de slăbiciune, ci o simplă chestiune de onestitate şi de informare eficientă a cititorului.

(Promptitudinea e o virtute a eratelor, dar în câteva ocazii ziarele nu au fost descurajate de trecerea timpului. În le>20, New York Times l-a

Idili un/al public pe profesorul Robert Goddard, părintele explorării ipuţlului cosmic. Inimcâl susţinea că rachetele pot opera în vid. 49 de Ulii în U târziu, când Apollo 11 a dus primii oameni pe Lună, Times a l’iil. Lii. U următorul text: „Acum s-a stabilit clar că o rachetă poate filiuţloua în vid. The Times îşi regretă eroarea”. Recordul este totuşi Duhlii! De cei 199 de ani care s-au scurs între anunţul făcut de ziarul limtlouez

The Observer, cum că moartea lui Mozart s-ar fi produs pe I Uoccmbric 1791 şi rectificarea acestei date în 1990, pe 3 decembrie.)

Onestitatea nu este singurul motiv pentru corectarea greşelilor. Şi Mllarea unui proces este o motivaţie destul de puternică pentru o corecţie Imediată. Cu câţiva ani în urmă, Irish Sunday Press a publicat următorul Ic*!: „În ediţia ziarului Sunday Press din 18 martie 1990, a fost publicată o fotografie a lui Proinsias De Rossa TD, cu explicaţia «potenţial ministru». A se citi «potenţial ministru»”. În mod similar a procedat un/Im local din Anglia, care a trebuit să corecteze un titlu al unui articol ilimpre un proces la tribunal: „«Un tată îşi loveşte fiul» se va citi «Un inifl îl loveşte pe atacatorul fiului său»”.

Aproape că puteţi auzi avalanşa potenţialelor proceduri legale, pe inftoură ce citiţi aceste erate. Nu e de mirare că editorii care le-au trimis spre publicare erau foarte conştienţi de faptul că o eratâ publicată piniupt poate să împiedice un proces de calomnie sau cel puţin să i onstiluic o probă pentru apărare.

(Ulbert Cranberg, fostul coordonator al paginii de editorial de la Des hloines Register, care în 1987 a cercetat 164 de acuzaţii de calomnie, a lltfNCoperit că majoritatea persoanelor care făceau acuzaţiile nu pretindeau iniţial despăgubiri băneşti. Doar după ce ziarele le respingeau iit ti/aţiile se ajungea la plângeri penale.

Totuşi, în afară de cazul în care un tribunal vă

obligă oficial să publicaţi dezminţiri sau scuze, trebuie doar să amintiţi eroarea şi să o amendaţi. Nu e nevoie de temenele, promisiuni că nu se va mai întâmpla, HUII/C sau lansări în explicaţii despre cum s-a făcut că era tocmai ziua liberă a redactorului obişnuit, iar înlocuitorul lui nu se simţea prea bine. Unele publicaţii, cum ar fi American Lawyer, dau şi numele irporterului şi al editorului cărora li se datorează greşeala. Altele, precum Son José Meirmv News, au o altă abordare: elimină orice sintagme referitoare la vinovăţie de gentil „din mu/a nuci greşeli tif redactare" etc. Şi bunul-simţ arc o limită. De exemplu, a doua zi după publicarea unei recenzii a unui nou film de desene animate, în BostOH Globe a apărut următoarea afirmaţie: „În cronica noastră de film de ieri, cuvintele spuse de motanul Sylvester au fost în mod eronat atrihulh-lui Daffy Duck".

În sfârşit, erorile legate de acurateţea informaţiilor sunt uşor tid corectat, dar cele de alt tip sunt mai complicate. Multe dintre plângerlij la adresa ziarelor se referă la elemente de context inexacte sau omise El la un element absent ce modifică sensul ştirii sau impresia pe care o hihfl articolul. În aceste cazuri, ziarele pot pune la dispoziţie un spaţiu în cadrul rubricii cu scrisori primite de la cititori sau, mai rar, în coloailH cu comentarii. Pentru soluţionarea unor astfel de cazuri, New Yoik Times are o rubrică intitulată „Nota editorului", pentru a „evidenţill unele articole sau pentru a rectifica anumite afirmaţii pe

care editorul în consideră drept lipsă de corectitudine, echilibru sau perspectivă”. S lui publicate cam 25 de note anual. Este un procedeu util, care merllfl adoptat pe scară largă.

Mari farse gazetăreşti

În 1976, în ziarul newyorkez Village Voice a apărut următorul anunţi Casă de toleranţă pentru din

Prezintă o selecţie atrăgătoare de căţele în călduri. De la cele cu pedigri (Fifi, franţuzoaica pudel) la corcituri (Doamna vagaboanort), îngrijitorul şi veterinarul vă stau la dispoziţie. Servicii video şi fold disponibile. Persoanele dubioase să se abţină. Doar pentru elint Numai cu rezervare prealabilă. Sunaţi la 2547878.

În aceeaşi zi a apărut şi un comunicat de presă din partea stabilimeiltului pentru câini, iar pe măsură ce ştirea se răspândea, acesta era luai cil asalt de telefoane din partea proprietarilor de câini (dar şi a unor persoane dubioase). ABC a început să filmeze un documentar, au apărut cereri pentru vizite din partea presei, iar povestea a început să n-o

Ilivvolie în alte illiri III Soclelalea Americanii pentru Protecţia Animalelor a cerut luellkloicit casei tic toleranţă, fiind susţinută de Mimul pentru Animale, poliţie, primărie şi diverse grupări religioase şi unu ale Controversa a fost relatată pe larg în presă. Procurorul general ni MIA a emis chiar o citaţie la adresa serviciului respectiv, pentru în ilvitatea ilegală a stabilimentului pentru câini. În acel moment, omul i ni r se aflase în

spatele întregii poveşti, pe nume Joey Scaggs, a ieşit din umbră şi a dezvăluit că totul fusese o fersă.

Asemenea încercări de a păcăli presa nu sunt atât de rare pe cât ar lintea crede jurnaliştii. Farsori de toate felurile, anarhişti, vânători de minori şi glumeţi, cu toţii au contribuit la crearea unei istorii bogate a mistificărilor care şi-au croit drum în paginile ziarelor. Documentele falsilicate au avut întotdeauna un succes deosebit. Jurnalele lui Hitler au ilteltlil The Times, Sunday Times, Stern şi alte publicaţii; „memoriile" lui Howard Hughes (scrise de fapt de Clifford Irving) au determinat revista Ufe să-i plătească 250.000 de lire; scrisorile lui Parnell, care dezvăluiau aprobarea de către liderul irlandez a unor crime politice, au dus la umilirea ziarului The Times, când s-a descoperit că fuseseră mi isc, contra cost, de un anume Pigott, iar scrisoarea lui Zinoviev, care munca Partidul Laburist un „front" al Moscovei, a fost considerată IIU leiilică de Daily Mail şi publicată în ziua alegerilor, în 1924. Acestea ini cazuri bine cunoscute, însă alte farse merită un public mai larg.

(lindacul imun la radiaţii

Mi Joseph Gregor, un entomolog de renume mondial, a luat la un (Moment dat legătura cu United Press International, pretinzând că a descoperit o specie de gândac imun la radiaţii. Extractul de hormoni provenit de la acesta ar fi vindecat artrita, acneea şi anemia şi i-ar fi protejai pe oameni împotriva radiaţiilor. Articolul care a

rezultat, „Hormonii unui gândac, medicament miraculos”, a făcut înconjurul lumii, pliu intermediul UPI. Dr. Gregor s-a dovedit a fi, desigur, inventatorul Misei de toleranţă pentru câini, Joey Scaggs.

Cvartetul de coarde topless

O mare parte din presa americană a căzut în capcană în 1967, relatându o ştire despre un viitor turneu al unor interprete cu sânii goi din Franţa, Inspiraţia pentru acest nonsens i-a aparţinut lui Alan Abel, care a trimis, comunicate de presă, explicând că instrumentistele trebuie să cânte sans haine pentru a produce „sunete pure, nestăvilite”. De asemenea, a i angajat patru modele care au pozat în halate albe pentru fotografii I publicitare. După apariţia articolelor, au venit solicitări pentru recitaluri, iar compania de înregistrări Reprise a lui Frank Sinatra le-a oferit un contract.

Primele afirmaţii ale lui Usus

În mai 1991, în Financial Times a apărut un articol despre descoperirea a ceea ce păreau a fi cele mai vechi texte cuprinzând afirmaţii ale lui Iisus. Abia după publicarea articolului, ziarul a realizat semnificaţia numelui presupusului descoperitor al nepreţuitei comori – Batson D. Sealing (Baits on the selling – „Momeli de vânzare” – n.t.).

Societatea pentru Decenţa Animalelor

Aceasta a fost una dintre cele mai elaborate farse jurnalistice, iniţiată de Alan Abel. Societatea pentru Decenţa Animalelor a fost inventată de

Alan Abel în 1959. Abel a angajat un actor şomer, pe nume Buck Henry, care să pretindă că este fondatorul societăţii, G. Clifford Prout Jr. Acesta a apărut la emisiunea „Today Show" de pe NBC, cerând ea toate animalele mai mari de zece centimetri să poarte haine, pentru a (1 decente, iar Abel a angajat oameni care să protesteze la Casa Albă şi chiar a deschis o linie telefonică la care un operator prelua apelurile legate de subiect. Multe ziare au publicat articole pe această ternii. Minciuna principală era cât societatea fusese foiulatfl cu ajutorul banilor moş (cni (i se prout de la tatăl său. Acest lucru n nliüM Itloilţia autorităţilor.

GREŞELI, RECTIFICĂRI ŞI FARSE

Iar Fiscul a solicitat plată taxei de moştenire. Neprimind niciun răspuns, ivecştia au descins la sediul Societăţii pentru Decenţa Animalelor, au ghsit doar un dulap pentru mături şi şi-au dat seama că era vorba de o liirsă. Buck Henry a obţinut şi roluri mai bune, jucând într-un serial de televiziune, apoi a devenit scenarist şi actor de succes în seriale TV şi lllme cum ar fi Get Smart, Absolventul, Aliniatul 22 şi Pe viaţă şi pe moarte.

La succesul tuturor acestor farse a contribuit lipsa verificării şi încrederea acordată comunicatelor de presă sau telefoanelor din partea unor noi surse „credibile". Prevenirea apariţiei unor articole despre asemenea subiecte ar trebui să se rezume la împiedicarea dorinţei de a iclaia astfel de ştiri prin ignorarea unor precauţii simple, cum ar fi punerea unor întrebări sau

deplasările în anumite locuri. Reporterii care nu ies din redacţie sunt mult mai vulnerabili la farse.

Sumele plătite pentru subiecte de către unele ziare populare sunt atât de mari (The Sun cheltuieşte milioane de lire pe an pentru a plăti surse l colaboratori), încât există chiar câteva persoane care trăiesc din astfel de înşelătorii. Probabil cea mai cunoscută dintre ele este Rocky Ryan, utseador de film, alias Major Travis, Peter Bernstein, David Oppenheimer, Itoeco Salvatore sau oricare altul dintre numele false pe care le foloseşte în mod curent. El a vândut publicaţiei The People (un ziar popular de ilnminică) un subiect despre orgii şi droguri în cadrul unei expediţii în Himalaya, iar altui trust de presă, o poveste conform căreia Gorbaciov în li demisionat cu doi ani mai devreme decât în realitate (cu consecinţa rfl milioane de dolari s-au pierdut pe pieţele de capital externe) şi o Inimioară ce afirmă că nazistul Martin Bormann ar trăi bine mersi hm tiu kibbulz din Israel. Niciuna nu era adevărată.

În a mai câştigat 18.000 de dolari inventând stenograma unei convriruiţii telefonice dintre Prinţul Charles şi Prinţesa Diana, păcălind/linele să plătească pentru subiect. A aranjat ca o prietenă, actriţă, să itflelbneze la The People şi să spună că un prieten din serviciile de HCI irilall dorea să ofere informaţii despre familia regală. Femeia a dat baiului un număr de telefon dilttr un cartier seleel al Londrei, iar când inducţia îi niiijil, în eelnlall capăt al Îiiului a răspuns un ah prieten, care a spus că lucrează pentru serviciul britanic

tic contrainformaţii. AeeMft a explicat că Serviciul său instalase microfoane pentru a intercepţii convorbirile efectuate de la telefonul Prinţului Charles şi că dorea Htt vândă stenograma conversaţiei telefonice cu 7.500 de dolari. The Peopli a dat banii, la fel ca şi alte ziare. Au căzut în capcană pentru că escrocii le dăduseră un subiect pe care ei îl doriseră real – eterna artă a trişorilor* negustori de secrete de-a lungul veacurilor.

Vi

Jurnalismul construieşte echilibre momentane şi conferă dezordinii o ordine implicită. Deja ne aflăm la doi paşi de realitate.

Thomas Griffilhl

Capitolul 13

Etica profesională

Un om talentat şi pe care nu-l interesează banii este foarte greu de îmblânzit.

Alistair Cooke de la BBC

Pentru cineva din afara breslei, jurnalismul şi etica sunt aproape cea m. h incompatibilă asociere. Chiar şi situarea celor două cuvinte în im cetişi propoziţie implică riscul de a stârni cititorului un hohot de vis IKM tiptânit.

Din punctul de vedere al unui angajat din redacţia unui tabloid care U adresează publicului larg, etica este, în mare, lipsită de relevanţă. I’tlltorii, supuşi presiunii concurenţei acerbe pentru a atrage cititori, îi îndeamnă pe angajaţi să ignore principiile etice, iar competiţia dintre Rltgiţittti îi determină să dea curs îndemnului. A le

vorbi acestor jurnalişti ilr, pre clică e la fel de inutil ca propovăduirea abstinenţei unui grup de mari nări care au ajuns în port după şase luni pe mare.

Din perspectiva unui jurnalist din redacţia unui ziar cu renume, unde t’xlsitt lui presupus acord unanim în legătură cu moralitatea profesională elementară, etica reprezintă un cod de principii la care ar trebui să hilstre ori cel puţin să se simtă vinovaţi în caz că nu aderă. Rareori – sau) oale niciodată – li se cere să renunţe la acest cod.

I’lica, mai mult docil oricare alt aspect al meseriei, este un aspect în Olire circumstanţele personale creează experienţele, aşa încât diversele lipliri de eticii implienle Htm greiilie recunoscut drept chestiuni identice. Acei ISTU NC daloi eu/li fttpt Ultll în etică, aşa cum este de fapt pusă în practică, e condiţională nu atât de morală, ca de COCII ce este răsplătit ori sancţionat în cadrul unui ziar. În cazul unui tabloid britanic (sau dl agenţiei de ştiri ce colaborează cu acesta), jurnaliştii pot fi evaluaţii plătiţi şi promovaţi conform numărului de articole dramatice pe care Io scriu şi care probabil lezează intimitatea unor persoane. Nu li se pun prea multe întrebări despre modul în care le-au obţinut sau despre gradul de exagerare implicat. Într-adevăr, conducerea redacţiei sau consiliul editorial indică adesea reporterilor unghiul de abordare pe care îl doresc, indiferent de rezervele pe care le-ar putea avea aceştia Un ziarist cu principii nu prea ar avea

libertate de mişcare. La cealaltit extremă – în redacţia unui ziar american ce deţine monopolul local gl apare în acelaşi oraş în care se află atât sursele, cât şi cititorii săi –, reporterii sunt evaluaţi şi remuneraţi în mod diferit, etica având un rol mult mai important în vieţile lor.

În cele din urmă, principalul factor care decide tipul de etică practicat este competiţia. În situaţii de monopol, ziarele ştiu că nu existH publicaţii rivale ce le-ar putea face concurenţă, iar cititorii nu au nicio alternativă pe care să o aleagă – cu excepţia renunţării totale la ziaro. Această absenţă a concurenţei le oferă jurnaliştilor luxul moral de îI putea să aplice, în general, standarde foarte idealizate ale eticii pro «fesionale. În cazul unui ziar cu circulaţie largă, pe o piaţă extrem de competitivă şi cu o cultură macho, aproape singurul obstacol care poate împiedica un ziar să afle o ştire ori să publice una îl reprezintă posibilitatea de a stârni indignarea cititorilor, în special până în punctul de 11 refuza să mai cumpere ziarul. Doar în acest caz redacţia şi micilo agenţii de ştiri care îi oferă informaţii vor fi înştiinţate că e timpul M înceteze (însă poate doar temporar) să-i fotografieze pe cei îndoliaţi, să ia cu asalt spitalele în care sunt internate celebrităţi, să publice instantanee ale copiilor din familiile regale în momente de intimitate, să acuze o comunitate de violentă iară suficiente probe ori altele asemenea. Mai ales în ceea ce priveşte tabloidele, palidele manifestări periodice de etică sunt iniţiate aproape întotdeauna de proprietarii

extrem de conştient! Că cititorii se pot îndrepta întotdeauna spre un all ziar Nllll că guvernul poate emile nişte reglementări.

M h A riHMI. SIONAI.A

II Huşi, şi jurnaliştii pul avea nu cuvânt de Spus. Nu trebuie să lim Nlllipic marionete ale/Jarului la care lucrăm; avem alternative. Exact ligii cum cititorii pol să nu mai cumpere ziarul, şi jurnaliştii îşi pot ichiinha locul de muncă. Putem decide că nu vom face unele lucruri şi i (I demisionăm de la un ziar – fie în mod discret, după ce am găsit un iţii posi, fie în mod public, cu o aură de indignare făţişă. Dacă mai mulţi «Unire noi ar proceda astfel şi ar face clare motivele pentru care acţionează astfel, jurnalismul ar câştiga în calitate.

Acest clement al alegerii morale, distincţia dintre modul în care ziarele aliate sub presiunea comercială se aşteaptă să ne comportăm şi modul cum putem alege noi să ne comportăm, explică de ce etica are un NCop cotidian – sau, mai degrabă, două. Primul este cel de a oferi un fel «le busolă morală, indicându-ne cât de mult deviem de la ruta dorită. După câte ştiu, nordul magnetic al profesiei noastre se găseşte în clauzele Contractului nescris care ar trebui să existe între toate ziarele şi cititorii lor:

fiecare articol din ziar constituie rezultatul unor decizii luate independent de presiunile politice, comerciale sau noncomerciale; niciun articol nu-şi datorează existenţa unor schimburi de favoruri sau de bani; loate articolele sunt

redactate şi editate în spiritul libertăţii de informare şi sunt selectate pentru publicare doar pe baza meritelor lor, fie ele reale sau imaginare.

În al doilea rând, etica oferă un ghid practic pentru jurnalismul credibil şi lipsit de riscuri. La drept vorbind, negocierile oneste şi eliminarea conflictelor de interese sunt cele mai bune metode de a realiza acest lucru, deoarece sunt cele mai sigure. La nivelul cel mai de os, ele vă ajută să nu ajungeţi la tribunal şi să aveţi un somn liniştit. Iar cu riscul de a-i şoca pe unii dintre cei mai josnici reporteri, etica este cel mai onest mijloc de a practica această meserie, deoarece ne conferă cu atitudine faţă de cititori (şi surse) bazată pe o doză de sensibilitate, şi nu doar pe calcule comerciale meschine.

Iu această concepţie, etica nu reprezintă un clement opţional, ci o parte integranţii îl licealul aspect al meseriei. Prin urmare, în această căile, eticii este nboidiiiil la cadiul diferitor aspecte: relaţiile cu sursele, adresarea întrebărilor, redactarea etc., şi nu ca o chestiune separaţii, izolată de restul indicaţiilor. Cu toate acestea, existât uncie principii generale care au fost reunite în capitolul de fată.

Indicaţii generale

Jurnaliştii ar trebui să servească numai ziarele şi cititorii lor

Dacă vreli să faceţi propagandă, căutaţi-vă un loc de muncă în relaţii publice, în guvern sau politică. Jurnalistul nu trebuie să datoreze loialitate nimănui; nici vreunui partid politic, nici

vreunei surse; nu trebuie să slujească vreunui interes comercial sau necomercial ori vreunei cauze particulare, fie ea cât de vrednică. Este destul de dificil să practici un jurnalism echilibrat şi fără asemenea conflicte de interese. Ziarul Washington Post practică o regulă conform căreia jurnaliştii nu au voie să fie implicaţi în nicio activitate politică. Aceasta include chiar şi marşurile şi demonstraţiile. Prin urmare, când câţiva reporteri de la Washington Post au fost văzuţi la o demonstraţie pentru dreptul la avort, li s-a adus la cunoştinţă că nu li se va permite să scrie nimic legat de problema avorturilor.

Riscurile asociate cu tolerarea faptului că activitatea de reporter să fie influenţată de un zel misionar pentru unele cauze sunt şi mai evidente. Unul dintre cele mai cunoscute exemple este cel al lui Walter Duranty, corespondent la Moscova al ziarului New York Times în anii ’20—30. Devenise atât de entuziasmat de ideologia noii Uniuni Sovietice, încât articolele sale nu erau de obicei decât propagandă. De exemplu, în momentul în care foametea din Ucraina atinsese cote dramatice, fiind în mare parte controlată de Stalin, pentru a înfrânge rezistenţa locală fată de controlul sovietic, Duranty scria despre „pieţele pline de ouă, fructe, găini, legume, lapte şi unt”, la preţuri mult mai mici decât la Moscova. „Oricine poate vedea că nu e vorba despre foamete, ci de abundenţă”, adăuga el, iar comitetul de jurizare, în absenţa altor informaţii, i-a decernai Premiul Politzer. De fapt, foametea a Ifleul milioimede

victime, iar Duranty ştia foarte bine acest lucru şi le spunea III piullcular colegilor

III rfl estimează mimfliul (le morţi la aproximativ zece milioane. Malcolm Mttyt Keridge, corespondentul de atunci al ziarului Manchester Guardian în Moscova, l-a numit „cel mai mare mincinos dintre toţi jurnaliştii pe i urc i am cunoscut”.

Orice articol ar trebui să reprezinte i datarea onestă a adevărului

Drlee articol trebuie să fie o încercare neafectată de prejudecăţi de a Ulla ce s-a petrecut cu adevărat, însoţită de hotărârea de a publica IM le vărul, oricât de incomod ar fi acesta pentru concepţiile şi credinţele noastre. Ca urmare, jurnaliştii nu trebuie să accepte misiunea de a Kprijini un anumit punct de vedere, în ciuda evidenţelor, sau să scrie Hllieolc care îşi propun susţinerea unei teorii preconcepute.

Puteţi crede că asemenea lucruri sunt atât de evidente, încât nu este nevoie să mai fie repetate. Dar în fiecare zi se pot citi articole care Iţitistează şi amplifică faptele astfel încât să se potrivească unei anumite în/e. Unul dintre cele mai nefericite exemple recente este al ziarului Inc Sun, cotidianul britanic cu cel mai mare tiraj. Din raţiuni numai de îl ştiule, editorul de atunci se convinsese că SIDA e o maladie care se transmite numai dependenţilor de droguri şi homosexualilor. De câteva ori, statisticile guvernamentale au fost falsificate cu bună ştiinţă pentru a sprijini această teorie. Cea mai flagrantă a fost publicarea unui

articol îi! Cărui titlu era: „Prin raporturi sexuale normale nu puteţi lua SIDA – Informaţie oficială”. Articolul spunea, printre alte absurdităţi, că şansele ilr a lua SIDA prin raporturi heterosexuale sunt „invizibile din punct de Vedere statistic. Orice altceva vi se spune este numai propagandă homosexuală”. În cele din urmă, numărul mare de proteste la adresa acestor articole a dus ia publicarea unei scuze – în josul paginii 28 a/laiului.

În acest caz, nicidecum izolat, avem de-a face cu un act gazetăresc piiu care cititorii au fost înşelaţi şi poate chiar puşi în pericol. Teoriile 7I ideile preconcepute 11 au ce căuta în jurnalism. Ziarele ar trebui să declare război minţilor încuiate, nu să le încurajeze.

Nu ar trebui acceptate niciun fel de stimulente pentru publicarea unui articol

Când spun stimulente, nu mă refer numai la bani şi cadouri, ci şi Li avantaje sau favoruri. Aceasta înseamnă, practic, două lucruri. Primul este publicitatea mascată, caz în care jurnaliştii sau ziarele lor iau bani ca să scrie articole favorabile despre firme sau persoane, ce apar apoi III secţiunile publicistice, ca articole normale. În ultimii ani, a devenit o practică larg răspândită în unele ţări că Rusia, iar tentaţia de a fan» publicitate mascată este de înţeles acolo unde jurnaliştii sunt plătiţi foarte puţin. Dar asta nu înseamnă că a scrie astfel de articole poai în implicit denumirea de gazetărie. E vorba de reclamă, publicitate, laudo, oricum doriţi să le

numiţi, cu un machiaj astfel aplicat încât să purH gazetărie. E o înşelătorie născută din corupţie. E distructiv şi periculoi şi din alte puncte de vedere. În primul rând, nu respectă contractul de bază cu cititorii. Asemenea articole se pretind a fi materiale normală, dar sunt tipărite numai pentru că o sumă de bani a trecut dintr-o mână III alta. În al doilea rând, astfel de înşelătorii vor duce, în cele din urmă, III pierderea încrederii care ar trebui să existe între cititori şi ziare cu privire la căutarea onestă a adevărului de către ziar. În al treilea rând f publicitatea mascată privează ziarele de publicitatea normală, extrem de necesară. În al patrulea rând, caracterul general al acestei practici face ca mulţi editori să-şi suspecteze oamenii că au primit mită pentru a scrie despre o anumită companie, în timp ce, în realitate, articolul lor poate fi perfect onest şi legitim. În al cincilea rând, e un indiciu cât jurnaliştii care procedează astfel au peniţele şi minţile de vânzare. Pentru ce vor lua bani mâine? Pentru a scrie articole favorabile despre grupări mafiote? Pentru a nu publica articolele despre ilegalităţi practicate de firme şi nu numai? De aici nu mai este decât un pas până la tăinuirea unor informaţii cu scopul declarat de a ameninţa cu publicarea lor. Ctl alte cuvinte, şantaj.

(în caz că cineva se gândeşte că ar fi o strategie interesantă de a faeo bani, trebuie să ştie că un editor american, pe nume Robert Harrison, a fost primul care a avut această idee, în anii, M), cu o revistă intitulait!

Confidenţial. Se sprelidl/. Jwc în scandalurile tic în Hollywood şi, prin pinin unor mari sume pentru ponturi şi informaţii, c) şi investigatorii angajaţi de revistă obţineau detalii foarte intime cu privire la viaţa patliculară a starurilor. Pentru fiecare articol se făceau investigaţii un joase, iar oamenii lui Harrison nu aveau scrupule în privinţa meto-ilelor folosite, angajând prostituate ca să întindă capcane victimelor, lliregistrând şi filmând în secret întâlnirile şi confesiunile lor. Vânzările lui Confidenţial au crescut fabulos, atingând patru milioane de exemplare – un record american. Dar curând tentaţiile de a vinde negativele, hinzile şi alte dovezi către staruri s-au dovedit a fi prea mari. În mod Inevitabil, i s-a intentat proces, un redactor s-a sinucis, redactorul-şef ţi-a împuşcat nevasta şi apoi s-a sinucis într-un taxi newyorkez, Harrison M vândut revistă şi atât el, cât şi publicaţia s-au cufundat într-o binemeritată uitare.)

Publicitatea mascată (care ar trebui să fie numită, în mod corect, „publicitate” şi evidenţiată astfel în paginile ziarelor şi revistelor) este foarte rară în ţările dezvoltate. Acolo este însă des întâlnită acceptarea de către jurnalişti a ceea ce ei numesc „gratuităţi”, adică excursii gratuite de la agenţii de turism, mese la restaurante sau bilete gratuite la teatru, toate oferite pentru ca jurnaliştii să scrie cronici şi articole despre ele. Pericolul acestei practici este că ziaristul se va simţi obligat un scrie un material favorabil. Riscurile pot fi minimalizate şi încrederea

cititorului păstrată dacă undeva, în articol sau într-o notă de subsol, se specifică faptul că biletul/excursia/masa sau alte asemenea lucruri au fost oferite gratuit ziarului.

Jurnaliştii nu ar trebui să le permită celor ce cumpără spaţiu publicitar să influenţeze, direct sau indirect, conţinutul redacţional al ziarului

Nu este deloc neobişnuit, mai ales la ziarele mici, mai puţin profitabile uau de provincie, ea astfel de persoane să-şi folosească puterea comercială pentru a face presiuni asupra redacţiei. Acestor presiuni trebuie să li se re/hir în orice condiţii. Ele vin în general de la departamentul de publicitate al ziarului, care şi va upunc icdaelorului-şef că are un client ce cheltuie sau a cheltuit o mulţime de hani pe reclame şi dl ar fi bine dacă s-ar putea publica nişte „materiale pozitive”. De exemplu, acum câţiva ani, Riverside Press-Enterprise, un ziar din California, a publicat, în total, 11 articole şi 22 de fotografii despre un nou magazin numit Nordström’s, cu şase zile în avans, în timpul şi imediat dupit deschiderea acestuia în oraş. Aceste 400 de coloane de ziar au apărut, în aceeaşi săptămână, concomitent cu 20 de pagini de publicitate pentru magazin. Coincidenţă? Puţin probabil.

Mai rar, uncie grupuri care cumpără spaţiu publicitar pot acţiona concertat pentru a încerca să forţeze schimbarea conţinutului unui ziar. Când am preluat, ca redactor-şef, un ziar de provincie din Marea Britanie, unul dintre lucrurile pe care le-am făcut a fost să elimin relatarea automată a

tuturor proceselor în care era vorba despre furturi din magazine, pentru că erau atât de comune, încât deveniseră plictisitoare, în mai puţin de o săptămână, toate magazinele universale din oraş l-au abordat pe patronul ziarului, spunându-i că, dacă nu va fi reluată relatarea tuturor cazurilor de furt din magazine, îşi vor retrage reclamele, considerabil de multe. Doreau ca aceste relatări să reînecapă, spuneau ei, pentru că erau un instrument eficient de descurajare a potenţialilor hoţi. Din fericire, patronul mi-a susţinut decizia. Ameninţarea cumpărătorilor de spaţiu publicitar nu a fost dusă la îndeplinire.

Pericolul de a ceda individual sau colectiv presiunilor exercitate de aceşti cumpărători este că, în acest caz, conţinutul articolelor de ziar încetează să mai fie decis în mod liber. În plus, favorurile acordate unuia vor fi în curând cerute de mulţi alţii. Cedaţi o dată şi nu vă veţi mai putea elibera nicicând de presiuni.

Nu vă folosiţi de poziţia dumneavoastră pentru a ameninţa sau a obţine avantaje

Un jurnalist are putere. O putere de care n-ar trebui să abuzeze niciodată, aici atunci când lucrează la un articol, nici în viaţa de zi cu zi. Rezolvarea disputelor personale prin ameninţarea cu expunerea publică sau intervenţia

În relaţii sus puse este Intimidare şi, la plus, un procedeu periculos. Cum veţi mai puicii serie în viitor un articol despre vreo persoană sau Mi)»; un/. Alie pe care aţi ameninţat-o în acest fel? Mai mult, cum veţi putea scrie despre relaţiile în baza

cărora aţi făcut ameninţarea? Vă vor nvca la mâna pentru favorul pe care li-l datoraţi. De asemenea, nu aveţi voie să folosiţi foi cu antetul ziarului pentru a scrie scrisori în care să icreţi tratament preferenţial, compensaţii pentru vreo presupusă neglijenţă sau vreun serviciu reproşabil. Aceasta ar sugera destinatarului, dincolo de orice altceva, că ziarul dumneavoastră funcţionează ca un fel de instituţie de protecţie personală a angajaţilor săi.

Nu faceţi promisiuni de suprimare a unor articole pentru prieteni sau în schimbul unor favoruri

Se întâmpla uneori să fiţi rugat de cineva să „uitaţi” un articol sau un anumit fragment al acestuia în schimbul unui favor sau, în unele ţări, în NCltimbul unei sume de bani. În mod evident, e greşit să acceptaţi o UNcmenea ofertă, din aceleaşi motive pentru care este greşit să scrieţi uniunile articole în schimbul unor avantaje. Când e vorba despre prieteni, refuzul poate fi formulat mai delicat, dar ferm şi sigur. La fel trebuie să >» e lui în pic şi cu colegii, aşa cum ilustrează următoarele două exemple.

Primul caz este din Oregon, Statele Unite, unde, cu câţiva ani în urmă, un post local de televiziune a relatat că persoana care îndeplinealie multă vreme funcţia de şef al staff-ului senatorului republican al Malului era, de 25 de ani, directorul unei bănci care intrase în declin, llind salvată de la faliment cu 100 de milioane de dolari din banii contribuabililor. Se sugera faptul că directorul băncii era un apropiat al senatorului

şi influenţase, probabil, poziţia acestuia din urmă faţă de neregulile din bancă şi intervenţia care a urmat. Subiectul a fost preluat de Associated Press şi a ajuns pe buzele tuturor în Oregon, însă cel mai Important ziar din stat, Oregoniany a preferat să-l ignore. Aşa cum a Ignorai şi acuzaţiile care au urmat o săptămână mai târziu, conform ultrora şeful staff-ului călătorise, pe banii contribuabililor, de 52 de ori la New York, unde a publicat un ghid anual al oraşului care i-a adus rişliguri de pente un milion de dolari.

Kefuzul ziarului de a aborda acest subiect ne poate să fi avut cir în face cu faptul că şeful staff-ului senatorului scria un articol săptămânfil pentru publicaţia respectivă. În cele din urmă. Ziarul a prezentat anumitQ aspecte ale subiectului, dar numai după ce Washington Post a dat dezvăluirilor o dimensiune naţională.

La polul opus s-a aflat ziarul Daily Item din Sudbury, Pennsylvanie Printre ştirile zilnice de la poliţie, în unul dintre numere s-a aflat UH raport necenzurat privind capetele de acuzare formulate împotriva unul locuitor al oraşului pentru conducere sub influenţa alcoolului şi cu viteză peste limita legală. Articolul conţinea numele persoanei roi» pective, vârsta, adresa şi ocupaţia – redactor la Daily Item. În ce ziar aţi avea mai multă încredere, Item sau Oregonian?

Inventarea informaţiilor este, evident, un lucru greşit şi periculos. At) \\cum este şi cel mai nevinovat „tratament” al faptelor, cosmetizarcă adevărului sau amnezia temporară în legătură cu

unele aspecte care nr, modifica linia principală a articolului. Materialul dumneavoastră nu ar fi decât o înşelătorie. Este la fel de valabil şi pentru fotografi şi foto» grafiile mincinoase, „regizate”, prin care se aranjează un eveniment sau o situaţie pentru a închipui o realitate presupusă.

Este cunoscut faptul că unii fotografi de presă din Europa de Veut poartă cu ei în maşini „recuzita”, pe care la nevoie să o introducă în cadru. O stratagemă bine cunoscută, de exemplu, era să ai întotdeauna la îndemână un pantof de copil sau un ursuleţ de pluş, astfel încât, dacii fotograful se deplasa la locul unei catastrofe (un accident de avion sau de iren), să poată introduce „recuzita” respectivă printre resturi, ca flit obţină o poză „emoţionantă”. Asemenea fotografii sunt de-acum un clişeu. În plus, exista întotdeauna riscul ca lista pasagerilor, după ce era dată publicităţii, să releve că nu se aflau copii la bord. Falsurile delibo* rate, cel puţin cele identificate ca atare, sunt foarte rare. Probabil cel mai renumit caz este cel al articolului distins cu Premiul Pulitzer al lui Janct Cooke, apărut în Washington Post, Intitulat „I, urnea lui Jimmy”.

Nu inventaţi şi nu „îmbunătăţiţi” informaţiile

M ruin relata povestn tuiul hăint de K ani, dependent de heroină. Totuşi. Hm nu a existat. Articolul a fost inventat în întregime. Când a fost

IIVNCO perită mistificarea, Washington Post a realizat, retroactiv, că r h I ninseră destule semnale de avertizare. De exemplu, unii membri ai NHlaclici îşi exprimaseră rezervele în momentul publicării, dar fie au UI o/UI că e mai bine să nu discute despre asta, fie au considerat povestea „pica bună ca să fie verificată”. Această atitudine letală pentru jurnalism îi fost încurajată de avertizările lui Cooke că viaţa ei (şi a lui Jimmy) ar fi puse în pericol dacă s-ar face verificări. Nimeni nu s-a gândit să unillce trecutul lui Cooke. Afirmă că a absolvit Colegiul Vassar, că are îl diplomă de master obţinută la Toledo, că a studiat la Sorbona, cânta lilne la pian şi vorbeşte patru limbi. Niciun editor nu a considerat că e unu exagerat pentru o persoană de numai 25 de ani. În mod ironic, din nindu-cerea redacţiei făcea parte şi eroul scandalului Watergate, Bob Wood ward.

Nu aveţi voie să beneficiaţi de pe urma articolelor pe care le scrieţi

I olosirca informaţiei pe care aţi dobândit-o pentru a obţine un câştig comercial înainte de publicarea articolului reprezintă o tentaţie cu care Nr confruntă mai ales reporterii economici. Cu câţiva ani în urmă, spre OKC inplu, R. Foster Whinans, reporter la Wall Street Journal, a scris, împreună cu un coleg, un articol bazat pe informaţii de la surse care se ocupau cu vânzarea-cumpărarea de acţiuni şi a decis să-i vândă informaţiile respective unui prieten care era broker.

Ziaristul a primit 31.000 de dolari pentru a

transmite conţinutul ailicolului către câţiva brokeri, permiţându-le să cumpere şi să vândă se (luni ale unor companii înainte ca informaţiile respective să devină publice şi să afecteze astfel preţul acţiunilor. Brokerii au câştigat aproximativ 690.000 de dolari cu ajutorul informaţiilor primite. Whinans şi brokerii au fost în cele din urmă prinşi şi găsiţi vinovaţi de violarea regulamentului de schimb al acţiunilor prin folosirea în scop personal a unor informaţii conlldenllale, Whinans a fost condamnat la 18 luni de închisoare, cinci ani libertate condiţionalii. 100 de oic de munctl III folosul comunităţii şi o amendă de S00 de dolari, Pendu a preveni asemenea abuzuri, multe ziare occidentale îşi obligă angajaţii care HO ocupă de ştirile economice să-şi declare investiţiile şi tranzacţiile finaib clare.

Zonele gri

Problemele înfăţişate mai sus sunt directe şi clare. Există însă multe aspecte mai complicate. Sunt dificil de formulat şi aplicat reguli stricloi Gândiţi-vă, spre exemplu, la articolele cu semnături false. Este un obicei condamnabil, dacă e frecvent, pentru a crea impresia că redacţia are mai mulţi membri decât în realitate, însă e mai puţin dăunător în cazul în care e utilizat de editorii de ştiri sportive pentru a ascunde identitaloil reporterilor ce scriu pentru mai multe ziare. De vreme ce semnătura falsă arată că articolul a fost scris de o persoană care nu există în realitate, după părerea mea, este pur şi simplu o înşelătorie. Această practică se mai dovedeşte

periculoasă în momentul în care articolul o contestat sau devine chiar subiect de proces. Cine se înfăţişează la tribunal? Un actor care-şi asumă numele reporterului fictiv?

Dreptul la intimitate

Au existat multe încercări de dogmatism în legătură cu intimitatea vieţii private, dar niciuna nu poate fi justificată, dincolo de exemplele cele mai simple. Cu toţii suntem de acord că, dacă preşedintele îşi face de cap în biroul său cu o tânără angajată, relatarea ştirii este legitimă. Dacă o persoană ne cere votul (şi îi plătim salariile prin impozitele pe care la dăm), atunci avem dreptul să cunoaştem cine este, cum trăieşte şi modul în care se achită de îndatoriri. În schimb, puţini reporteri ar fi interesaţi să scrie un articol despre un al doilea tânăr angajat care şi-ar face de cap, în timpul liber, cu un al treilea. Viaţa sexuală a cetăţenilor particulari, oricât de fascinantă ar fi, nu este considerată un subiect legitim pentru un în licol, în a Imn cil/ulul diul se încalcă legea. Între aceste două ehlieme, în ţoale situaţiile mai puţin clare, există însă un spaţiu care IhmH loc controverselor legale de dreptul la intimitate.

O regulă de bun-simţ, convenţională, ar fi că persoană trebuie să fie-n figură publică şi că violarea intimităţii sale trebuie să aibă justificarea leiiimă a interesului public, şi nu simplul interes (altfel spus, curiozitate) al publicului. Dacă o persoană care îndeplineşte o funcţie publică laec mare vâlvă pe tema moralităţii şi virtuţilor vieţii de familie, dar puicii dovedi că are un harem de

amante, atunci, cred eu, e corect să publicaţi articolul. Duplicitatea sa este, în mod clar, relevantă pentru viaţa publică.

Bxistă două probleme legate de această înţelepciune convenţională. Mai întâi, dacă un ziar consideră că articolul este suficient de interesant MUI de indecent, aproape orice „interes public" poate fi ignorat. În al «Inilea rând, justificările tind să fie aplicate într-un mod părtinitor: ziarele apără dreptul la intimitate al celor pe care îi admirăm şi invadează intimitatea celor pe care vor să-i distrugă.

Un răspuns parţial îl poate reprezenta calitatea considerată, în mod li adiţional, cea mai incompatibilă cu jurnalismul: sensibilitatea. Jurnaliştii trebuie să aibă motive foarte întemeiate pentru a invada viaţa privată a cuiva şi trebuie să conştientizeze consecinţele dezvăluirilor. Cu câţiva ani în urmă, în Marea Britanie, un poliţist a intrat într-o legătură amo-loasă. Soţia sa a aflat şi l-a convins să-şi abandoneze amanta. Iubita (teloasă a povestit, apoi, toată tărăşenia unui ziar naţional, iar declaraţia Mi-a fost publicată sub titlul: „Viaţa amoroasă a unui detectiv". Ca rezultat, copilul cuplului a fost şicanat la şcoală, soţul a trebuit să-şi părăsească locul de muncă, iar familia a fost nevoită să se mute. Unii pot spune că a fost o pedeapsă potrivită pentru păcatul său originar. Eu nu cred asta îi nici nu mi-ar plăcea să trebuiască să justific acel act gazetăresc.

Inculcarea legii

Un aspect care apare mai puţin frecvent este

implicarea jurnaliştilor în afaceri necurate, eu NCopul de a le investiga. Nu e o idec bună. Încălcarea legii în căutarea unul Mibleet este un lucru incorect şi periculos. Aceasta pentru că îndepărtează orice urmă de legitimii m^3 mornitt pe care altinintofl ar fi avut-o actul jurnalistic al reporterului.

Uneori, reporterii care investighează traficul de droguri, crirttitnalitatea sau prostituţia capătă informaţii pe care, în mod normal, fif trebui să le transmită imediat poliţiei. Cred că aşa ar trebui procedat, tu caz contrar, ne compromitem legitimitatea şi e posibil să punem tfl pericol vieţile unor oameni nevinovaţi. (Această condiţie care vizea/îl siguranţa cetăţenilor se aplică şi situaţiei în care jurnaliştii sunt acuzalI de o atitudine de spectator în cazul dezastrelor sau situaţiilor de război (când nu fac nimic pentru a-i ajuta pe cei aflaţi în pericol. Regula mea Jlf şi că, dacă puteţi influenţa finalitatea unei situaţii, trebuie să vă urmaţi instinctul şi să acţionaţi pentru a veni în ajutor.)

Nu accepta niciodată un bilet gratuit de la un director de teatru, O excursie gratuită de la Camera de Comerţ sau o favoare de la un politician.

H.L. Menckoil

Capitolul 14

Stilul jurnalistic

Cel mai mare talent al unui scriitor este un dispozitiv antişoc de detectat rahatul.

Ernest Hemingway

Ziarele nu sunt literatură. Dar la fel se poate spune şi despre majo-illatca scrierilor literare. A scrie la ziar e altceva decât a scrie un roman njui o nuvelă, dar nu chiar atât de diferit precum le-ar plăcea unora să creadă. Toate scrierile de calitate au unele lucruri în comun. Sunt clare, Ufor de citit, folosesc un limbaj proaspăt, stimulează şi distrează ci-lltorul. Aceste lucruri sunt tot atât de valabile pentru un articol de ziar hiiie scris, ca şi pentru un roman bun. Şi sunt valabile indiferent de limbă în care scrieţi.

Iată veştile proaste. A învăţa să scrii este o muncă grea şi solitară. Cu toţii cunoaştem oameni care spun că vor să scrie. De multe ori, doresc doar să se laude peste tot că sunt scriitori. Ceea ce nu vor însă este să-şi pună fundul pe scaun şi să nu se ridice până nu au acoperit cu Cuvinte nişte foi de hârtie sau un ecran de computer. Asta trebuie să începeţi dumneavoastră. De multe, multe ori. Iar calea de a progresa şi de a vă dezvolta talentul pe care îl aveţi, atât cât este, e să scrieţi sute şi sute de articole şi să faceţi greşeli. Lăsaţi elementele vitale în afara articolului lui Introduceţi amănuntele irelevante, scrieţi jumătate din articol, apoi realizaţi că nu niorgo şi trebuie să o luaţi de la capăt, scrieţi stângaci, pompos sau rigid, predaţi materiale confuze sau pline de redundanţe şi Itytortioli pe hârllo mihi po ecranul calculatorului paragrafe întregi atât de proaste, încât, dacă ar trebui să le citiţi cu voce Ilire, v-aţi opri, de jonă, la mijlocul propoziţiei.

Şi acum, veştile bune. După o vreme,

învârtindu-vă prin redacţift unui ziar bun şi ascultând, citind, studiind şi bune şi rele şi Fiind cel mai sever critic al dumneavoastră, întrevedeţi o cale. La început, vă va Iun multă vreme să scrieţi un articol acceptabil, dar, în general, cu olt scrieţi mai mult, cu atât scrieţi mai fluent. Scrisul e ca un muşchi, va fi mult mai puternic dacă exersaţi zilnic; veţi pierde mai puţin timp OU starturile false şi cu urmărirea unei piste greşite, dar şi cu scrierea articolelor într-un ritm nepotrivit pentru mărimea pe care trebuie să o aibă materialul şi veţi cheltui mai puţină energie cu încercările de A constirui o frază simandicoasă, când una simplă ar fi mai indicată.

Veţi găsi în cele din urmă acel element esenţial, fără de care nimeni nu se poate numi scriitor – propria voce. Veţi sfârşi cu experimentaron unui stil superelaborat, prea formal sau prea colocvial. În schimb, veţi fi găsit un stil natural, care vi se potriveşte, e consecvent, are ritmuri gl expresii în mod recunoscut ale dumneavoastră şi – testul esenţial –, citit cu voce tare, materialul scris va suna ca o versiune ceva mai îngrijită a discursului dumneavoastră obişnuit. Vă va aparţine. Nu artificial, nu afectat şi nu împrumutat. Desigur, le veţi datora ceva scriitorilor pe care îi admiraţi, experienţei proprii, educaţiei, lecturilor etc. Dar va fi modul dumneavoastră de a folosi cuvinte şi idiomuri şi propria frazaro, Acestea, împreună cu ritmul fiecărei propoziţii în parte şi al grupurilor de propoziţii în ansamblu, vor fi ca o semnătură. Doar

ceva mai lizibilă.

Planificarea

Cea mai importantă etapă din procesul scrierii unui articol este ceea ce se întâmplă în mintea dumneavoastră de la terminarea documentării şi până la primul cuvânt scris al articolului. Trebuie să vă gândiţi la materialul pe care îl aveţi şi să decideţi despre ce e vorba cu adevărat şi ce vreţi să faceţi cu el. Compoziţia nu înseamnă doar aranjai ca cuvintelor, ci şi organizarea gândirii. Nu are importanţă cât de Imn vă pricepeţi la

Invocarea fraze lor coloinle vi a vorbelor de duh; dacă nu ştiţi clar ce Vreţi să spuneţi, se va vedea.

Liste destul de uşor în cazul unui cataclism sau al unei ştiri scurte şi simple, dar, în general, gazetăria nu e doar atât. Textele sunt complexe, nu atât de limpezi cum aţi dori, pot fi materiale lungi, ce acoperă mai» nulle aspecte diferite, sau articole comandate, în cazul cărora nu sunteţi foarte sigur că subiectul este chiar atât de interesant pentru cititor. Apoi, trebuie să vă gândiţi bine la semnificaţia reală a subiectului. Uneori, aceasta nu este evidentă imediat. De exemplu, un material despre un bărbat care colecţionează broaşte exotice în apartament este doar la suprafaţă despre amfibii, un subiect de care nu foarte mulţi oameni sunt automat interesaţi. Dar este vorba şi despre excentricitate şi obsesie, despre cum un hobby a pus stăpânire pe viaţa (şi casa) sa. Acesta ar fi un subiect mult

mai promiţător decât broaştele.

Celălalt lucru pe care trebuie să îl rezolvaţi este tratarea subiectului, liste vorba despre o ştire de impact? Un fapt divers sau o ştire „uşurică”? Laptele trebuie istorisite cronologic sau prin acoperirea fiecărui aspect pe rând? Toate aceste moduri diferite de a realiza un articol (şi mai sunt vi multe altele) afectează această construcţie, a cărei structură trebuie sa cu cunoaşteţi înainte de a începe. În cazul textelor simple de ştiri, planificarea privind ceea ce vreţi să spuneţi şi a ordinii poate fi făcută rapid, în minte. Dar, în cazul articolelor mai lungi sau mai complexe, e nevoie de un plan scris. Niciodată să nu vă jenaţi să vă faceţi un plan pe birlic. Nu este un indiciu că aţi fi un novice ignorant, ci dimpotrivă, că vreţi ca lucrurile să fie bine făcute. Nu trebuie să fie foarte detaliat – doar să puneţi în ordine principalele componente ale articolului, poate cu câteva note despre cum le veţi lega între ele.

Procesul construirii articolului va fi abordat într-un capitol separat (capitolul 16), ca şi lead-uly acel prim paragraf întotdeauna important. Acele secţiuni abordează modul în care atenţia cititorului poate fi captată imediat şi apoi întreţinută de-a lungul articolului – ambele fiind, evident, aspecte esenţiale ale unui scris de calitate. La care se adaugă, cred eu, uite şase cerinţe: claritatea, prospeţimea limbajului, onestitatea, precizia, adecvarea tfl eficienţa.

Claritatea

I

Fiecare articol trebuie să fie clar în concepţie, organizare şi limbi\j, în caz contrar, e nevoie să fie regândit şi rescris. Şi nu sunt singurul caii» afirm acest lucru. Romancierul francez Stendhal scria: „Cred că existtt o singură regulă: claritatea. Fără claritate, întreaga mea lume o destramă”. Scriitorul britanic Herbert George Wells o formulează mul puţin dramatic: „Scriu cât de direct pot, aşa cum merg cât de drept pot» pentru că este cel mai bun mod de a ajunge unde vreau”. Această regulii este mai adecvată pentru stilul jurnalistic decât pentru orice altceva, Ziarele sunt citite adesea în locuri aglomerate şi gălăgioase, de efitro oameni care au de făcut şi alte lucruri şi care citesc ştirile într-un mod mai superficial. Mai jos se află câteva reguli specifice cărora trebuie să le acordaţi atenţie.

Aveţi grijă ca lucrurile să fie clare înainte de a aşterne primul cuvânt pe hârtie

Pentru a le explica altora ceva, trebuie mai întâi să înţelegeţi dumneavoastră înşivă, pe deplin, acel lucru. Până nu reuşiţi, nu scrieţi nimic. Un sfat bun pentru cei confuzi este să povestească evenimentul unui coleg sau unui prieten. Legătura dintre elementele naraţiunii şi structura ei ino «rentă vor fi exprimate aproape inconştient.

Aveţi grijă să includeţi fiecare etapă într-o naraţiune, fiecare eveniment într-o secvenţă şi fiecare pas într-un raţionament

Când se sare de la A la C, i se lasă cititorului sarcina de a-şi da seama că între cele două s-a mai întâmplat şi B. Acest lucru este enervant, dit

naştere la confuzii şi uneori induce în eroare, mai ales în cazurile în care B s-a întâmplat de fapt în altă parte. De asemenea, nu lăsaţi goluri în raţionament. Poate că dumneavoastră vă tnologol propriul mod de gândire, dar cititorul nu va reuşi dacă nu îi explicaţi.

Nu presupuneţi vă cil ilarii cunosc deja subiectul

Tind dumneavoastră, ca reporter, aţi pierdut o mulţime de timp pentru îi aprofunda un subiect care ţine de un domeniu tehnic sau specializat, Wie foarte uşor să uitaţi că cititorul cunoaşte despre subiectul respectiv lut atâlca câte ştiaţi şi dumneavoastră înainte de a începe documentarea. Nu faceţi acest lucru. Iar în cazul subiectelor despre care scrieţi mai multe zile, săptămâni sau luni, nu porniţi de la ideea că cititorul a memorat fotografic ceea ce s-a întâmplat în prealabil sau că a luat notiţe Conştiincios, în timp ce v-a citit materialele precedente. Nu s-a întâmplatnţa. Mai bine porniţi de la premisa că, până în momentul în care un iiiumit fapt a intrat în mod ferm în conştiinţa generală a publicului, Olllllorii vor avea nevoie de rezumate şi recapitulări.

Lixplicaţi toţi termenii de specialitate

În general, sfatul care se dă în legătură cu acest subiect este să evitaţi Inlosirca oricăror cuvinte de jargon, fie ele ştiinţifice, tehnice, birocratice etc. Cred că un asemenea sfat e greşit. Uneori, jargonul e util. Îi duce pe cititori într-o lume iniţial închisă pentru ei, le îmbogăţeşte i unoşlinţele cu termeni de specialitate şi, mai ales

în cazul jargonului birocratic, scoate la iveală faptul că oficialităţile folosesc fraze adesea i Idicole, ca şi mentalitatea lor. Pentru aceste motive, dar şi pentru cei ce apreciază ironia, jargonul nu ar trebui niciodată interzis în articole. (Vea ce ar trebui totuşi interzis este să omiteţi să explicaţi, în limbaj comun, ce înseamnă cuvintele de jargon folosite.

De aici nu rezultă că jargonul ar trebui folosit frecvent, chiar dacă (vite explicat. Jurnaliştii, mai ales reporterii specializaţi, pot foarte uşor Mii alunece înspre folosirea jargonului, din dorinţa de a-şi etala cunoştinţele şi de a părea drept iniţiaţi. Ei bine, puteţi face acest lucru la o recepţie, dacă astfel îi veţi impresiona pe cei prezenţi, dar nu în ziarul i lui nuca voastră. A încerca să treci drept specialist ori să scrii pentru specialişti este elilism şi obscurantism, şi nu este nevoie nici de unul, ulei de celălalt într-o gM /tilit.

Apoi, există jargonul comercial şi politic, care în zilele noastre este, poate, cel mai dăunător. S-a răspândit pretutindeni, uneori e dificil din detectat, iar jurnaliştii sunt adesea tentaţi să îl reia fără să stea pQ gânduri. Purtători de cuvânt ai unor importante companii spun că „operă* Jiunca” (firma) lor trece prin „dificultăţi temporare de flux financiar” (nu mai are bani), ca urmare a unor „probleme de poziţionare pe piaţ ((H (oamenii nu le cumpără produsele), astfel încât se preconizează O „distribuţie mai raţională a forţei de muncă” (unii angajaţi vor fi concediaţi). Oficialităţile guvernamentale vorbesc de „unităţi

corecţii» nalc”, când e vorba de fapt despre închisori, şi de „un dezechilibru într-o cerere şi ofertă în segmentul unităţilor gospodăreşti”, când ceea ce vor să spună este că există o lipsă de locuinţe.

Acestea sunt eufemisme, o formă de înşelătorie lingvistică ce Nö întâlneşte mai ales acolo unde proliferează specialiştii în relaţii publice, Ei urmează tendinţa naturală a politicienilor şi a lumii afacerilor, dacă nu de a minţi, cel puţin de a încerca să ascundă adevărul, atunci când 80 află sub presiune.

I:

Asiguraţi-vă că propoziţiile pe care le scrieţi sunt cât se poate de clare

Feriţi-vă să scrieţi propoziţii care îi obligă pe cititori să revină asuprii textului şi să mai citească o dată. Nu-i obligaţi să o facă; mai bino întoarceţi-vă dumneavoastră şi rescrieţi. Desigur, acesta este un procedeu diferit de tehnica de a scrie în aşa fel încât cititorul să aştepte un lucru, apoi să i se servească altceva. Surpriza este importantă pentru a asigura suflul stilului.

Evitaţi să impresionaţi prin complicarea stilului şi limbajului

Orice articol „isteţ” este, axiomatic, un eşec. Ideea este să le comunicaţi mesajul şi celorlalţi, nu să-l păstraţi pentru dumneavoastră. Prin urmare, dacă scrieţi o frază „deşteaptă”, de care sunteţi Ioni le mândru, clinii-naţio din (ext; dacă trebuie să explicaţi un amu mi putuţi, schimbaţi-l;

Lu dacii simţii) Icnliiţin de li folosi cuvinte

care să arate cât de erudit Muteţi, rezi. Stnţi-i.

Un ultim element care ţine de claritate – simplitatea

Această virtute le este recomandată jurnaliştilor, mai ales atunci când NC rin pentru ziare cu un public larg. Este un sfat bun, până la un punct; l-ai acel punct este momentul în care simplitatea devine lipsă de discer-iiamâni. Unele ziare, mai ales din Marea Britanie şi Australia, subestimează foarte mult nivelul cultural al cititorilor lor, iar rezultatul este că folosesc un vocabular şi un limbaj limitate şi stilizate.

Aceste ziare se justifică prin faptul că şi-ar cunoaşte cititorii – o UNcrţiune îndoielnică. Dacă i-ar cunoaşte cu adevărat, atunci ar şti că, în limbaj şi gândire, cumpărătorii lor se află cu câteva trepte deasupra nivelului ziarului. Dacă cineva se îndoieşte cumva de acest lucru, e mificient să compare conţinutul ziarelor respective cu limbajul şi vocabularul mult mai complicate pe care publicul cumpărător de gazete le litlllneşte zilnic în programele de televiziune. Când simplitatea devine limitare lingvistică, e timpul pentru o reînnoire.

Limbajul viu

Knlul articolelor de ziar este să le ofere cititorilor ceva nou – informaţii, viziuni, observaţii, cugetări. Tocmai de aceea ar fi o risipă să le oferim reva nou, dar scris într-un limbaj obosit şi uzat prin exces. Procedaţi uni fel şi nu veţi avea impactul aşteptat, iar cititorii vor avea impresia că pinii şi cele mai noi materiale creează o impresie

de vechi. Iată câteva ici un pe care trebuie să le respectaţi:

Vriviţi fiecare subiect ca pe un lucru nou, distinct

Nu cădeţi în capcana scrierii după o formulă când gândiţi: „Aha, e un llllcol argumentativ de lip a declarat”, pentru ca apoi să scrieţi după un model bine stabilit, Desigur, există o limită în privinţa tipurilor de articole pe care le puicii scrie, dar aceasta nu înseamnă că tonii» subiectele care se aseamănă întrucâtva între ele să se conformeze unei formule prestabilite. Profesorul John Carey scrie, în introducerea la Thţ Faber Book of Reportage: „Există o cantitate uriaşă de limbaj standar «dizat şi paragrafe banale care abia aşteaptă să treacă în pagina dacii Io grafiată”. După el, reporterii ar trebui să-şi conceapă şi să-şi expunH relatarea ca şi cum ar face-o pentru prima dată. În acest sens, feriţi-vrt mai ales de subiectele care par să se scrie singure. Dacă aveţi de-a face cu un astfel de subiect, opriţi-vă, gândiţi-vă şi scrieţi-l dumneavoastrb înşivă.

Feriţi-vă de orice fel de clişee

Iată, în sfârşit, un lucru care este nu numai uşor de zis, ci şi de făcut. Clişeele sunt cuvinte şi fraze familiare, prea familiare, astfel că recunoaşterea lor nu ar trebui să fie o problemă. O regulă ce trebuie reţinută este că orice element pe care îi suspectaţi că ar putea fi clişeu este cu siguranţă un clişeu şi trebuie eliminat din articol. Unele clişee există în limbajul comun, altele par să fie specialitatea exclusivă a ziarelor şi n-o vom

ocupa de ele mai târziu, în acest capitol. Dar oricum ar fi, clişcelo sunt expresii atât de vechi şi de uzate, încât au încetat să mai aibă vreun impact.

Mai ales comparaţiile comportă un pericol deosebit, pentru că sunt folosite în mod automat şi astfel apar adesea într-un context greşit. Spre exemplu, descrierea scenei unui accident că fiind „un câmp de bătălie” este atât lipsită de originalitate, cât şi incorectă, lucru pe care vi-l poate confirma oricine a văzut un accident şi un câmp de luptă. Dar, indiferent dacă sunt comparaţii, metafore, lozinci sau simple cuvinte, clişeele (care vă vin în minte şi se aştern pe pagină sau pe ecran înainte să vă daţi seama) trebuie eliminate şi înlocuite cu un limbaj mai viu.

Feriţi-vă de automatisme

Acestea sunt, de regulă, adjective pe care unii reporteri le asociază instinctiv cu anumite substantive. Toate afacerile trebuiţi va fi Ile „bănoase”, (oale reporti\} cic „senzaţionale”, toate crimele „odloil Mt”, Ionic îngrijorările

„Generale” şi toute elenele „îndelung resimţite”. Adjectivul a devenit un adevărat para/îl care se hrăneşte cu gazda sa, iar folosirea lui în races a filcul ca asemenea descrieri să fi încetat de mult să mai aibă vicun efect. Există, de asemenea, fraze care par să fie folosite în mod automat în unele împrejurări. Orice ziar, din orice ţară, are asemenea automatisme. În ziarele de limbă engleză, spre exemplu, când se relatează despre dezastre, întotdeauna investigatorii „caută

printre dărâmături”, l-ai în articolele despre manifestaţiile de masă de pe continent întâlnim „poliţişti dotaţi cu bastoane şi scuturi” şi „demonstranţi înarmaţi cu pietre”. Acestea nu sunt simple automatisme, ci clişee folosite atât de frecvent, încât este imposibil să reflecte cu acurateţe realitatea în toate cazurile relatate.

Aveţi mare grijă când faceţi jocuri de cuvinte

A le interzice în totalitate ar fi prea sever, pentru că, din când în când (să/. Icem o dată la trei ani), undeva în lume, un jurnalist vine cu unul nou ţ) i se calitate. Dar, între timp, se publică milioane, care numai originale nu sunt. De regulă, ele se întâlnesc sub două forme: fie cel ce scrie despre un anumit subiect ia în considerare toate cuvintele posibile care au legătură cu subiectul respectiv şi nu scapă prilejul de a-şi umple articolul cu ele, fie subiectul, de regulă unul facil, într-un ziar pentru publicul larg, pare să nu fie altceva decât o joacă cu cuvintele. Pentru iniţiaţi, asemenea jocuri de cuvinte sunt o dovadă clară, infailibilă, că: În primul exemplu, articolul e scris de o persoană fără imaginaţie sau discernământ, iar în al doilea caz, articolul nu merită să apară în ziar.

Nu există reguli absolute, dar una aproape obligatorie este să nu scrieţi niciodată despre ceea ce este evident. Dacă mergeţi în Las Vegas, nu scrieţi despre jocurile de noroc; dacă scrieţi despre Londra, încercaţi să ajungeţi la finalul articolului fără să pomeniţi de ploaie sau de Big Ben; dacă subiectul este Parisul, lăsaţi la o parte

observaţiile despre modul în rare se îmbracă femeile. La fel şi cu limbajul.

În ciuda mitului comercializat de jurnaliştii care le consideră valori absolute, jocurile dr cuvtnir în pot scrie cu uşurinţă. În caz contrar, s-ar găsi Ibaric puţine asâfel de calambururi în Mllleolole de/iar. O reţiul A generalii ar fi să-i Lăsaţi allcuiva gloria de a ÎI ei oul care apare o daltl III trei ani şi scorneşte un joc de cuvinte demn de reţinui şi să vi-l autocxcludoţi, din această competiţie, noutilizând niciodată asemenea figuri de stil.

Străduiţi-vă să creaţi noi comparaţii, metafore şi formulări

Ori de câte ori ajungeţi, în mod aproape automat, la o sintagniK, comparaţie sau metaforă, opriţi-vă şi gândiţi-vă la adevărata natură îl ceea ce vreţi să exprimaţi şi încercaţi să găsiţi o formulă care să nu potrivească perfect, fără să apelaţi la cea mai la îndemâna variantă, Scriitorii experimentaţi au tot felul de procedee prin care întorc pe don şi combină, cu discernământ, fraze familiare, ca să le dea o nouă viaţă, Dar, în acelaşi timp, îşi pun din plin creierul la contribuţie încercând Nil descrie un anume lucru sau să comunice exact natura sa, iar aceasta presupune străduinţa de a inventa o formulare specială în acest scop.

Totodată, aceşti jurnalişti se luptă şi se ceartă cu şefii pentru dreptul de a folosi un limbaj viu. Uneori, acest lucru e necesar când lucrezi la un ziar ce încearcă să le impună jurnaliştilor un fel de

corset literar, Redactorii de la New York limes, spre exemplu, erau faimoşi pentru stilul fără viaţă în care rescriau materialele reporterilor. Să luăm, du pildă, cazul lui Molly Ivens, de la sfârşitul anilor ’70. Jurnalista a serin, la un moment dat, că un bărbat avea „o burtă de băutor de bere ce ar trebui expusă la Muzeul Smithsonian” Secretarul general de redacţie a schimbat fraza în: „un bărbat cu o burtă proeminentă” – corect, dar tern. Cu altă ocazie, ziarista a scris că un individ „cârâia ca o scripcă de doi bani”, iar în ziar a apărut „ca un instrument muzical necostisitor Editorii care fac lucruri de acest gen ar trebui să lucreze la muzeu.

Atenţie la cuvintele sau frazele la modă

Limbă are propria modă, exact ca vestimentaţia sau coafura. Fiecare ctivânt sau frază la moda devine rapid motiv de iritare pentru cititori, Aşa că, pentru binele dumneavoastră, fiţi mai degrabă un deschizător de III (imuri docil un discipol ni noilor curente la modă. Folosiţi-vă propriile luvinte şi formulări, propria voce şi lăsaţi-i pe alţii să urmeze moda lucitoare. Aşa cum serie în manualul ziarului londonez The Daily Me/împh: „Dacă sunteţi tentat să folosiţi un cuvânt pentru că toţi ziariştii în pas cu moda îl utilizează, atunci fie înlocuiţi cuvântul, fie i Itiţi, alte subiecte, fie găsiţi-vă altă slujbă”.

Onestitatea

În procesul jurnalistic există elemente care afectează deseori adevărul. I, lipsa de timp pentru a construi o imagine cuprinzătoare, dificultatea

sau imposibilitatea de a ajunge la toate sursele şi de a găsi toate Informaţiile şi nevoia de a scrie articolul într-un spaţiu limitat şi adesea destul de mic – toţi aceşti factori ne împiedică uneori să scriem un itriicol atât de complet (sau corect) cum ne-am dori. Faptul este justificat, aiila vreme cât suntem conştienţi de limite şi nu pretindem că prezentăm o situaţie definitivă în fiecare articol pe care îl scriem. Şi este justificat «Iacă facem tot ce ne stă în putinţă pentru a depăşi aceste limite şi dificultăţi.

Dar, adesea, când scriu şi editează articole de informare, jurnaliştii lac uncie lucruri care, în fapt, măresc distanţa dintre articolul lor şi adevăr. Ziariştii ştiu ce înţeleg editorii lor prin articol de impact şi, scriind materialul într-un mod cât mai convingător, adesea fac omisiuni şi folosesc un limbaj prin care exagerează sau „ridică” subiectul deasupra valorii sale reale. Mai ales la ziarele populare, dacă ziariştii nu lac acest lucru, e foarte posibil să-l focă editorul. Nu e deloc uşor de evitat acest proces uneori involuntar, alteori deliberat. Iată câteva modalităţi.

Sericii numai ceea ce ştiţi că este corect

Liste un lucru evident şi, de fapt, nici nu ar trebui menţionat. Totuşi, destul de mulţi reporteri, când e vorba despre un fragment din articolul lor aliat sub semnul întrebării, vor spune: „Ei bine, trebuie să fie adevărat”. Supoziţiile ntllt, poate, potrivite pentru o şuetă în bucătărie, eu un prieten, dai nil perii cu ziare.

Toate articolele ar trebui săße rezultatul unui

efort conştient de a fi echilibrat şi de a reflecta adevărul atât prin detalii, cât şi prin spiritul materialului

Este o condiţie prioritară. Nu înseamnă doar să vă asiguraţi că aţi includ ambele tabere (de regulă, sunt mai mult de două) în articol şi că le-aţi, citat corect, ci şi că tot ce aţi inclus cu acurateţe în articol reflectă ceeil ce ştiţi că reprezintă imaginea de ansamblu. Puteţi, spre exemplu, să petreecţi foarte mult timp intervievând o persoană extrem de calmă, CU excepţia răspunsului la o anumită întrebare. Desigur că aveţi dreptul de a relata acea bruscă sensibilizare, dar, chiar dacă citaţi răspunsul cu perfectă acurateţe, materialul în întregul său va fi incorect dacă nu indicaţi faptul că atitudinea generală a intervievatului a fost pozitivă, Dacă se procedează altfel, avem de-a face cu o trunchiere tendenţioasă a realităţii, din lipsă de onestitate.

Nu exageraţi

E vorba de procesul prin care jurnaliştii folosesc cuvinte care dau o conotaţie mai puternică decât ar fi justificat. În multe cazuri, acest lucru se face automat, autorul conformându-se unor presupuse convenţii jurnalistice, iar prin aceasta avem de-a face tot cu un clişeu. Dar, fie că se face conştient sau nu, efectul este supralicitarea subiectului. Cuvinte ca senzaţional, şocant, dramatic şi cutremurător sunt folosite pentru a descrie lucruri care, de regulă, sunt departe de a fi senzaţionale, şocante, dramatice şi devastatoare. Cum spunea cândva un comentator,

„când auzi un jurnalist descriind ceva ca fiind cutremurător, ştii sigur că nu-l poţi lua în serios”.

Mai sunt două aspecte negative ale unei astfel de practici. Mai întâi, toate aceste cuvinte implică o judecată de valoare care nu-şi are locul într-un articol de informare. Este cel mai păcătos tip de comentariu – un pseudocomentariu pe post de descriere conformă cu realitatea. Nu este declarat că atare, ci i se conferă o presupusă identitate. În al doilea rând, trebuie să lăsaţi faptele să vorbească de la sine. Dacă subiectul e

NOit/jiţioiint, şocant, dnvjt. În. Ur situ mai şi (în cu cum, spuneţi-le cititorilor loitil despre el şi apoi I.T. aii i s-a judece singuri. Jurnalismul de calitate presupune nu doar ca ţoli cititorii să aibă încredere în ziar, ci şi ziarul nfl le dea credit cititorilor.

Fu sfârşit, ultimul necaz legat de acest gen de limbaj repezit şi exagerat Otite că nu are nimic în comun cu modul de exprimare al oamenilor în viaţa reală. Aproape pretutindeni în lume, ziarele au dezvoltat această” (urnaleză”. În Marea Britanie, de exemplu, avem de-a face cu o lume în care când doi oameni au o dispută pe un anumit subiect înseamnă că se „confruntă” şi în care, „în mijlocul unor scene extraordinare” (adică orice iese câtuşi de puţin din obişnuit), „staruri TV” (adică orice ligurantă) au copii „minune” (cuvânt folosit pentru a descrie copiii care nu se nasc în împrejurări obişnuite) ce sunt „transportaţi de urgenţă” sau „transportaţi cu maximă urgenţă” la spital pentru a fi operaţi de doctori „croi”.

Articolele scrise în „jurnaleză” nu sunt oneste, sunt departe de realitate şi, pentru că acest limbaj este atât de folosit, nu au, în cele din urmă, niciun impact asupra cititorilor. Un asemenea tip de jurnalism este o formă de artă fosilizată, practicată printr-o serie de ritualuri. S-a oprit din evoluţie şi a încetat să mai fie relevant. Nu are viaţă. Înlocuiţi-l cu un limbaj viu şi sincer.

Feriţi-vă să folosiţi în titluri un limbaj simplist, în alb şi negru, fără nuanţe intermediare

i o mare diferenţă între a scrie în aşa fel încât un anumit subiect sau o problemă să devină atractive şi a scrie astfel încât să daţi materialului o notă falsă. Un exemplu este folosirea unor cuvinte lipsite de nuanţă şi sens, care sunt, în schimb, fie foarte negre, fie foarte albe. Ca să explicăm acest lucru, cel mai bine ar fi să vedem, pe scurt, care sunt rădăcinile acestui obicei în ziarele populare europene. În ultimii 50 de ani, titlurile în aceste ziare au devenit din ce în ce mai mari. Rezultatul acestui proces este că, inevitabil, cuvintele din titluri au devenit mult mai scurte. Şi cuvintele scurte prezintă un mare dezavantaj: aproape întotdeauna sâni mult mai puţin potrivite decât cuvintele lungi pentru a scoate în evidenţii diferitele nuanţe sau scimillienţil Mc au tendinţa du a reflecta numai semnificaţiile extreme, albul şi iiegiu, nu şi diversoltt tonuri de gri.

Astfel, dacă eu şi dumneavoastră avem opinii diferite în legătură cu un anumit subiect şi ne întâlnim ca să îl discutăm, se poate spune est suntem în dezacord. Dacă suscităm suficient

interes pentru ca un ziar popular să dorească să prezinte conflictul nostru de idei, cum va fi acesta descris în titlu? Ei bine, „dezacord” nu s-ar potrivi şi nici „dezbatere”, pentru că, la un caracter de literă înalt de 4, 5 cm, nu ar încăpea decât un cuvânt din patru-cinci litere. Aşa că dezacordul nostru devine un „duel” sau o „luptă”, ceea ce este cu totul altceva. Sau ne „distrugem”, ne „înjurăm”, ne „plesnim” ori „urlăm” unul la altul, dar nimic din toate acestea nu s-a întâmplat. Tiparul şi designul au făcut ea întâlnirea noastră să fie reflectată incorect.

În Marea Britanie, iritarea (prin care se traduce nemulţumirea) este numită acum, invariabil, „furie” (sugerând enervare până la pierderea controlului), o înţelegere (însemnând un aranjament neoficial) devine un „târg” (care presupune ceva mult mai oficial, ce conţine în mod clar şi prevederi financiare, poate chiar dubioase), ghinionul este „blestem”, critică e „lovitură”, absenţa de la o întâlnire este „sfidare”, un conflict intern este „război civil”, posibilitatea este „ameninţare”, propunerea este „plan”, înlocuirea este „expulzare”, blocajul în trafic este „haos rutier” etc. Toate aceste mostre (şi mai putem alege multe altele) sunt mai scurte, mai radicale şi mai brutale. Şi, în majoritatea cazurilor, au darul de a induce, pur şi simplu, în eroare. Este ca şi cum articolul ar fi tradus într-o altă limbă de un om furios şi cu un vocabular limitat.

Această inexactitate a limbajului jurnalistic ar putea să fie limitată numai la nivelul titlului, dacă

nu ar fi valabilă următoarea regulă: limbajul folosit astăzi în titluri va fi utilizat mâine în articole. Editorii şi şefii publicaţiilor controlează cultura unui ziar în parte şi prin limbajul titlurilor pe care ei le aprobă. Reporterii citesc cuvintele folosite la titlurile articolelor pe care le-au scris şi, dorind să se racordeze la cultura ziarului (şi a şefului lor) sau să fie consideraţi redactori „străluciţi şi eu iniţiativă", adoptă stilul titlurilor. Iar reporterii de provincie văd, la rândul lor, acest limbaj în ziarele populare naţionale şi îl imită, lltl multe ori prost, (lilni ţ/l unele ziare serioase, de frunte, din dorinţa lit] a face o figurii nud modernă sau de a da un suflu nou paginilor lor, unr adopta titluri mai mari şi astfel vor prelua unele excese, dacă nu i Idar pe cele mai păcătoase dintre ele. Astfel, în grade diferite, toată piesa se contaminează. Dacă limbajul ziarelor din ţara dumneavoastră nu a fost încă invadat de cuvinţelele albe şi negre, fiţi cu ochii în patru.

Precizia

Lurnalismul ar trebui să fie duşmanul impreciziei. Articolele trebuie Kerisc astfel încât să răspundă întrebărilor cititorilor, şi nu să dea naştere la întrebări. Iar întrebările la care trebuie să răspundă reporterul – şi să răspundă cu precizie – sunt:

Ce?

— Ce s-a întâmplat?

Cine?

— Cui i s-a întâmplat? Cine e făptaşul? Vârsta, înfăţişare, funcţie, referinţe şi orice alt

amănunt relevant.

Unde?

— Unde s-a întâmplat?

Când?

— Când s-a întâmplat? La ce oră, în ce zi, în ce lună?

Cum?

— Cum s-a întâmplat? Explicaţii.

De ce?

— De ce s-a întâmplat?

Lată mai jos şi alte elemente pe care trebuie să le aveţi în vedere.

Niciodată nu abstractizaţi, ci particularizaţi

L\inacceptabil să scrieţi fără referire exactă. Articolele care vorbesc despre „structuri criminale” şi „organizaţii oficiale” fără să le numească nu înseamnă nimic. Folosiţi cuvinte specifice, concrete, daţi nume, întocmiţi liste şi redaţi faptele cu claritate. Trebuie să alegeţi cu grijă momentul şi locul în articol unde să daţi detaliile acestea, dar oferiţi-le neapărat. Şi nu spuneţi despre o clădire doar că este „înaltă”. Cât de înaltă este? În metri, vă rog, plus o comparaţie plastică din care să reiasă ce anume llMCMună înălţimea respectivă.

Folosiţi valori cunoscute

Adesea, redactorii folosesc cuvinte cum ar fi într-adevăr, considend>\\s foarte pentru a exprima valori sau scale. Dar cât de mult înseninilr „foarte”? Fiţi exact, folosiţi valori cunoscute.

Atenţie la formulările până la şi peşte

Un redactor-şef american a evidenţiat pe

bună dreptate obiceiul enervant al reporterilor de a menţiona aproximaţii numerice, ca, de exemplu! „Un fabricant de cutii poate realiza până la 100 de cutii pe lună sau chiar mai multe”. Potrivit acestei formulări, aceasta ar însemna „cel mult” (adică orice număr de la o la 100) sau „mai multe” (adică de la 101 la infinit). Propoziţiile de genul acesta nu spun practic nimic. Afirmaţia poate fi reformulată („Se întâmpla ca un fabricant de cutii să realizeze într-o lună chiar şi 100 de cutii”), însă reiese că 100 de cutii pe lunii reprezintă un caz extrem de rar. Singura soluţie reală este că reporterul să se intereseze care sunt cifrele exacte.

Nu folosiţi adjective vagi

Există unele fraze folosite frecvent (atât de des, încât sunt aproape clişee), care comunică doar idei vagi. „Gusturi scumpe”, de exemplu, ne spune că gusturile respective nu sunt ieftine, dar atât. Ce înseamnă, în acest caz, că sunt scumpe? Ce vrea cititorul să ştie sunt nişte exemple concrete care să-i arate pe ce se cheltuiesc banii, de preferinţă cu nume de produse şi preţuri. Sau „maşini rapide” – un Porsche, o maşină de poliţie cumpărată de ocazie sau un Ferrari? Sau lux – ce înseamnă asta? Răspunsul e că luxul reprezintă ceva diferit pentru fiecare om. Spuneţi-le cititorilor lucruri care sunt înţelese în acelaşi fel de toată lumea. La fel şi când realizaţi o descriere a unei persoane. „Este înaltă şi atrăgătoare”. A, da? Ce înseamnă asta? Dar dacă scriu că e blondă şi înaltă de 1, 70 m, atunci ştim cu toţii la ce mă

refer. „E inteligentă” îi urc nici nu sens, cu excepţia indiciului e; 1 femeia respectivii nu e chiar handicapată mental, Dar dacă scriu că are o licenţă în ştiinţe politice, lll Cepem să aflăm ceva concret.

Livitaţi eufemismele

Acestea sunt folosite de oameni pentru a se ascunde de realitate. Se vorbeşte, spre exemplu, de cineva care „a plecat dintre noi” când ceea «e vor să spună este că a murit sau se face referinţă la sex cu formula „a iunoaşte intim”. Anglia epocii victoriene era o sursă bogată de eufemisme illntre cele mai absurde: „lenjerie intimă” pentru chiloţi, „bărbăţie” pentru penis, „în stare naturală” pentru goliciune, „cea mai mică încăpere din casă” pentru toaletă, „într-o situaţie deosebită” pentru graviditate. Chiar şi acum oamenii inventează cuvinte sau expresii pentru a descrie lucrurile care îi jenează, fie că e vorba despre moarte, Nex sau propriile emoţii.

Jurnaliştii nu ar trebui să folosească eufemisme decât atunci când sunt Ironici. Dar aceasta nu înseamnă că trebuie înfăţişat şi cel mai mic detaliu al unui scandal sexual sau al unui omor. Cele mai multe ziare hint destinate unui public larg, din rândurile căruia fac parte enorm de multe categorii de oameni, cu grade diferite de sensibilitate. Nu ar trebui să scrieţi nici pentru cel mai impresionabil, ruşinos şi decent, dar nici pentru cel mai însetat de sânge cititor.

Când scrieţi despre cazuri soldate cu morţi violente, provocate de crime, război sau accidente,

folosiţi-vă discernământul pentru a decide cât de plastic puteţi fi, fără să-i faceţi pe cititori să le vină rău. Precizia nu înseamnă exces. Înseamnă a relata cu acurateţe şi a descrie detaliile fă i fie ient de relevante, fără a deveni insensibil. Trebuie să aveţi motive întemeiate ca să daţi publicităţii detaliile de care dispuneţi. În unele situaţii, cum ar fi catastrofele aviatice, cititorii nu vor fi surprinşi să afle că forţa impactului sau a exploziei a mutilat corpurile victimelor. Trebuie să formulaţi numai ceea ce este necesar.

În alte situaţii, cum ar fi cele generate de război sau terorism, este nevoie că oamenilor să li se spună ce orori s-au întâmplat. Veţi face acest lucru mai eficient ducă veţi folosi un limbaj măsurat, detaşat. Iată cum descrie Robert Fisk, pe atunci la ziarul Ţinteş din Londra, scenele) care le-a observat când a mers pe teren pentru a se documenta III legătură cu rapoartele privind un masacru al palestinienilor într-o tabitfn de refugiaţi din Chatila, în septembrie 1982:

Ceea ce am găsit în tabără la ora 10 în dimineaţa următoare nu prwi

Invita la descriere, deşi ar fi poate mai uşor de captat într-o operă de

Ficţiune sau în limbajul sec al unui raport medical.

Dar detaliile trebuie descrise pentru că – fiind în Liban – lucrurile NO

Vor schimba în săptămânile următoare, când miliţiile, armatele şi guvor»

Nele se vor acuza unele pe altele pentru

ororile comise asupra civililor

Palestinieni.

…Pe un trotuar la dreapta noastră, la un mai mult de 50 m de intrare, zace o movilă de cadavre.

Erau peste o duzină de corpuri, tineri ale căror braţe şi picioare 80 încleştaseră în agonia morţii. Toţi fuseseră împuşcaţi de aproape, în obrazul drept sau sting, glonţul despicând carnea până la ureche şi apoi pătrunzând în creier. Unii aveau cicatrici purpurii la baza gâtului, pe partea stângă. Unul dintre ei fusese castrat. Aveau ochii deschişi, iar muştele începuseră să se adune. Cel mai tânăr avea, poate, 12 – 13 ani.

Pe cealaltă parte a drumului principal, mai sus, printre dărâmături, am găsit corpurile a cinci femei şi citi va copii. Femeile erau între două vârste, iar cadavrele lor zăceau, acoperite, pe o grămadă de moloz. Una zăcea pe spate, cu rochia sfâşiată, iar capul unei fetiţe se iţea în spatele ei. Fata avea părul negru, creţ şi scurt, ochii ne fixau şi avea o expresie de dezgust întipărită pe faţă. Era moartă.

Articolul lui Fisk continuă pe încă 11 paragrafe. Nici în acestea, nici în cele 13 care le precedă nu există vreun cuvânt care să poată 11 considerat comentariu sau sentimentalism. Cu siguranţă, nu din cauză că nu ar simţi nicio emoţie, ci pentru că ştie că dacă reporterul lasă emoţiile să-i afecteze scrisul, atunci impactul – şi acurateţea – articolului sunt diminuate.

Sexul

Ani în şir, ziarele din lumea întreagă au folosit

un limbaj de mănăstire peiiiru a descrie situaţii şi lucruri ce aveau o cât de mică dimensiune sau cnnotaţie erotică. În loc să afle, cititorii trebuiau să ghicească ceea ce le du descris. Expresii precum „a avut loc un moment intim” şi „sugestie deplasată” nu erau doar imprecise, ci adesea îl duceau pe cititor la falsa concluzie că se întâmplase ceva mult mai rău decât în realitate. Una dinirc formulările de care se făcea abuz foarte frecvent era „a avut Contact cu”, ceea ce a făcut ca un titlu dintr-un ziar britanic să sune în felul următor: „Înjunghiată de 65 de ori, dar nu a existat contact”.

Totuşi, înlocuirea acestui gen de limbaj timid cu expresii mai clare im înseamnă că aveţi voie să scrieţi pornografic. Detaliile trebuie date pentru a explica, nu pentru a excita. Şi mai aflaţi că, atunci când sunteţi nevoit să descrieţi evenimentele într-un stil acceptabil pentru o largă categorie de cititori, exprimarea va fi adesea originală şi evocativă. Iată cum scrie Ben Hecht, un reporter american din anii ’20, în ultimele rânduri ale unui articol din ziarul Daily News din Chicago, despre un preot care făcea în mod regulat dragoste cu o fată, în pivniţa bisericii în care slujea – până când, într-o zi, a deschis accidental o conductă de gaze şi a murit în timpul actului sexual: „Preocupat de dragoste, nu a simţit alte mirosuri decât pe cele ale Paradisului şi şi-a dat duhul în timp ce era încă lipit de enoriaşa sa”.

Armonizarea

Armonizarea reprezintă potrivirea dintre

stilul, tonul şi ritmul articolului şi subiectul acestuia. Fireşte, nu toate subiectele necesită un tratament special, dar uncie trebuie abordate cu sensibilitate. Cele mai multe sunt evidente. Problemele de viaţă şi de moarte, spre exemplu, trebuie tratate întotdeauna cu seriozitate (asta în cazul în care nu scrieţi o rubrică specializaţii în pioni pust). Iată câteva indicaţii pentru situaţiile cele mai clare.

Articolele de acţiune şi mişcare trebuie scrise în ritm real

Limbajul şi construcţia trebuie să fie închegate, verbele active şi directe, propoziţiile economice, cu doar câteva adjective. Puţine exemple sâni mai ilustrative decât descrierea lui Serghei Kurnakov privind nebunia CO a cuprins oraşul Sankt Petersburg în august 1914, în orele ce au urmat momentului când Germania a declarat război Rusiei. Este un model de text scris în acelaşi ritm ca şi evenimentele pe care le descrie:

Când am ajuns în Piaţa Sfântul Isaac, era plin de oameni. Trebuie SH fi fost înjur de ora 9, pentru că era încă destulă lumină – crepusculul iritant şi surescitant al serilor nordice.

Clădirea imensă a Ambasadei Germaniei, monstruoasă, din piatră cenuşie, era faţă în faţă cu Catedrala Sfântul Isaac, din granit roşu, Mulţimea era în tensiune, aşteptând să se întâmple ceva. Priveam cum un tânăr ofiţer de marină era bruscat de un grup care îşi manifesta patriotismul excesiv, când zgomotul ritmic de

topoare izbite în metal m-a făcut să mă uit spre acoperişul Ambasadei, decorat cu figuri gigantice de luptători germani prea bine hrăniţi, strunindu-şi caii înhămaţi la care. Pe un suport se afla un vultur de bronz cu aripilo desfăcute.

Câţiva bărbaţi loveau cu ciocanele picioarele teutonilor. Încă de la cele dintâi lovituri, mulţimea haotică înnebuni; figurile eroice erau goale pe dinăuntru!

„Sunt goale! Un semn bun! Încă o înşelătorie a nemţilor! Daţi-le jos pe toate! Nu, lăsaţi caii la locul lor! „Topoarele loveau din ce în ce mai repede. În cele din urmă, un războinic se clătină, se înclină în faţă şi se prăbuşi pe caldarâm, 30 în mai jos. Un urlet imens se înălţă la cer, speriind ciorile care zburară de pe domul aurit al Catedralei Sfântul Isaac. Urmă la rând turnul vulturului; pasărea se prăbuşi cu zgomot, spărgându-se în bucăţi care fură imediat aruncate în râul Moika, ce curgea în apropiere. Dar era evident că distrugerea simbolurilor nu era destul. Un grup rapid organizat sparse o uşă laterală a Ambasadei. Am putut vedea lanterne şi torţe intrând în clădire, repezindu-se către etajele superioare. O fereastră mare se deschise, Iar un portret de

NUMII, JURNALISTIC

Mari dimensiuni al Kaiserului fu aruncat către mulţimea din piaţă. Când atinse pietrele pavajului, era numai bun pentru lemne de foc. Urmă un pian mare, din lemn preţios, care explodă ca o bombă. Vaietul corzilor rupte vibra în

aer prêt de o secundă, apoi fii înghiţit; prea mulţi oameni încercau să-şi strige propria teroare, înfricoşaţi de viitor.

Nu există niciun cuvânt de prisos în această descriere. Fiecare detaliu e redat exact, cu minimum de adjective. Ca toate scrierile bune, Ilidează orice încercare ulterioară de editare.

Dacă evenimentele relatate sunt întunecate şi îngrozitoare, rezistaţi tentaţiei de a face exces de cuvinte

Tentaţia de a scrie prea mult este întotdeauna mai mare atunci când materialul pe care îl aveţi la dispoziţie este extraordinar. Lăsaţi evenimentele să producă impactul. Nu încercaţi să adăugaţi dramatism prin caracterizarea, în vreun fel, a evenimentelor. De pildă, nu scrieţi că subiectul e „senzaţional”, „cutremurător”, „extraordinar”. Prezentaţi faptele fără astfel de comentarii şi lăsaţi cititorul să judece.

Dacă scrieţi despre lucruri care implică emoţii puternice, e mai bine să sublicităţi decât să supralicitaţi

Nu înseamnă că trebuie să lăsaţi totul la o parte, ci că trebuie să evitaţi limbajul prin care se caută cu orice preţ efectul. O poveste care îţi I rânge inima, de pildă, are efect dacă e scrisă într-un limbaj nepretenţios.

Atenţie la umor

Fu filme, pe scenă sau în cărţi, umorul nu trebuie îngrădit de tabuuri. Moartea, cancerul, sexul, foamea – nimeni şi nimic nu are drept de proprietate irnupin lot. I Însă o mare diferenţă

între glumele făcute pe seama lor şi a-l nec lins de necazurile unei anumite persoane, într-o ştire scrisă pentru ziarul de a doua zi. Niciodată nu e indicată tratatul! Detaşată a unui subiect care implică jignire, durere sau supărare. Ar fi o dovadă de insensibilitate şi n-ar avea niciun sens. Dacă există vreilll element cu adevărat comic (de un gust oricât de îndoielnic), cititorii îl vor sesiza şi vor râde oricum, mai ales dacă povestea este relatată într-UU stil direct.

Majoritatea jurnaliştilor sunt de acord că e foarte dificil să scrii umor. Necazul e că nimic nu-i opreşte să încerce. Într-adevăr, exlstll atâtea articole de ziar ce se pretind amuzante, chiar dacă nu au efectul dorit, încât faptul că manualele de jurnalism nu se referă la acest aspect e aproape o neglijenţă criminală. Doar un sfat ar fi de ajutor! „Gândiţi-vă bine”. Şi mai bine ar fi să menţionăm unul dintre adevărurllo fundamentale referitoare la umor, şi astfel poate că multe dintre creaţiile trudnice ce se vor amuzante s-ar opri în stadiul de proiect. Iar acest adevăr este următorul: să fii amuzant în scris e un talent de la Dumnezeu, iar El nu a făcut acest dar multora dintre noi.

A scrie cu umor e ca şi cum ai cânta după ureche. Dacă o puteţi face, n-aveţi nevoie să fiţi învăţat; dacă nu puteţi, nicio învăţătură nu vă poate ajuta. Iar umorul fals, ca şi cântatul, este greu de suportat şi este jenant. Sau cel puţin aşa ar trebui. Oricum, dacă aveţi talent, e relativ uşor. Urechea va recunoaşte instinctiv ritmul pe care trebuie să-l aibă stilul umoristic şi cuvintele

amuzante. Instinctul vă va spune că glumelo sunt mai amuzante servite cu o mină serioasă decât cu un nas roşu, un papion ţipător şi un zâmbet răutăcios care aproape desparte faţa în două. Ochiul va vedea posibilităţile de a obţine comicul acolo unde toţi ceilalţi văd doar ceea ce este la suprafaţă. Inspiraţia va apela la toate micile referinţe culturale, istorice şi sociale care definesc o glumă bună.

Dacă aveţi o idee comică bună pentru un material care se pretează la aşa ceva, atunci lucraţi la ea. Trebuie să fie scrisă curat, atât de curat, încât să nu conţină niciun cuvânt de prisos. Trebuie să surprindă cititorul şi tocmai de aceea este contraindicată folosirea unor elemente câtuşi de puţin previzibile (ca jocurile de cuvinte) sau care se anunţă reciproc. Şi trebuie să aibă poanta la final. Chiar la final. Nu în penultima frază, în sfârşit, dacă trataţi un anumit subiect într-un mod umoristic, cadrul trebuie să fie îndeajuns de solid, încât să susţină întregul eşafodaj. Cea itiiti sigură strategic e, Mc nH lăsaţi umorul să se nască în mod natural din OVC llimentele şi absurdităţile conţinute de subiectul dumneavoastră, şi nu să fie o „glumă" pe care să o impuneţi. Iată, de exemplu, un lead Neris de reporterul Tony Norwitz de la Wall Street Journal. Imediat după sfârşitul războiului din Golf, a transmis un articol despre Kuweit, a cărui invadare de către Irak a generat conflictul. Kuweitul este un stat semifeudal bogat în petrol, condus de o familie regală fabulos de bogată, lată ce a scris Horwitz: „Emirul

Kuweitului, Jaber al Sabah, s-a reîntors acasă ieri, la cincisprezece zile după eliberarea ţării şi la zece zile după sosirea mobilei”.

Morala acestei secţiuni este: dacă aveţi vreo îndoială asupra glumei sau asupra pretinsului alineat comic, renunţaţi la ele. Dacă nu aveţi asemenea îndoieli, imaginaţi-vă că sunteţi pe o scenă şi vă prezentaţi creaţia în faţa unui public de 500 de cititori. Dacă şi atunci tot mai credeţi că lumea va râde, lăsaţi textul aşa cum c.

Eficienţa

În secolul al XIX-lea, ca şi într-o bună parte a secolului XX, jurnaliştii din Marea Britanie şi Statele Unite erau plătiţi în funcţie de câte rânduri scriau. Acest sistem de plata a dat naştere unei generaţii de jurnalişti ce puteau scrie impresionant de mult despre nimic şi aproape la nesfârşit despre foarte puţin. Astfel, a apărut un gen de gazetărie pompoasă, a cărei caracteristică principală era abilitatea exponenţilor săi de a nu scrie niciodată cu bună ştiinţă un singur cuvânt, când puteau dispune uşor de alte patru sau cinci. Ca rezultat, limbajul pompos şi exagerat pe care îl foloseau (mingea de fotbal, de exemplu, era numită „amăgitorul sleroid de piele”) a reprezentat o contribuţie durabilă, deşi involuntară, la umorul britanic, lira un gen de a scrie uimitor de ineficient, ceea ce, într-un fel, era chiar de admirat.

Din fericire, stilul jurnalistic (ca şi sistemele de retribuire) a progresat, în zilele noastre, ziariştii independenţi sunt plătiţi în funcţie de cât

scriu, dar nimeni nu mai este plătit după o formulă rigidă ca aceea descrisăantei tot, Prii îl nu mm în funcţie de numărul de cuvinte este de multă vreme considerată o metodă de a stimula oamenii să scrie prost» Dar există încă destui descendenţi spirituali ai acelei spiţe, astfel încât sunt necesare câteva observaţii despre cum să scrieţi eficient.

Daţi fiecărei fraze şi propoziţii un sens

Este necesar ca frazele şi propoziţiile fie să conţină o nouă informaţie, fie să reprezinte un element de legătură care să lase articolul să curgă mai departe pe făgaşul său. Dacă există un fragment care nu îndeplineşte aceste condiţii, tăiaţi-l.

Evitaţi construcţiile de prisos

Fiecare limbă conţine expresii folosite pentru a da vorbitorului timp de a se gândi cum să-şi formuleze următoarele fraze. De exemplu, se spune: „Este un fapt bine cunoscut că…”; „într-adevăr, se poate afirma fără dubii că…”; „Putem, de asemenea, să observăm că…M. Evitaţi aceste expresii şi construcţiile lente, care afectează ritmul articolului. Jurnalismul, şi mai ales scrierea ştirilor, trebuie să aibă ritm. Acest lucru nu e posibil dacă propoziţii precum precedenta sunt construite astfel: „Este o cerinţă esenţială în ceea ce priveşte majoritatea genurilor jurnalistice – reportaje, sport, portrete şi articole de atmosferă, dar mai ales ştiri – ca acestea să conţină acea calitate cunoscută sub numele de ritm”.

Scrieţi fără să vă uitaţi pe notiţe

Veţi scrie mai rapid şi mai eficient dacă o veţi

face fără să vă uitaţi în carnetul de reporter la fiecare cinci secunde. Nu începeţi să scrieţi dacă nu aveţi subiectul clar în minte; atunci când scrieţi fără să vă consultaţi notele, veţi introduce în pagină doar esenţialul. Detaliile, ortografia şi cifrele le puteţi verifica după aceea, cu carnetul de reporter. Aproape sigur veţi mai adăuga un lucru sau două, însă veţi Nerlo mult mai eficient folosindu-vă memoria decât copiind laijtl lântfmeute din cele notate în carnet.

NULUL JURNALISTIC

Vânaţi şi îndepărtaţi fără milă orice remarci stupide sau care se referă la lucruri evidente

Chiar şi cei mai experimentaţi scriitori constată câteodată că aştern pe hârtie cele mai mari truisme. Adesea se întâmplă astfel când vă chinuiţi să scrieţi fraze de legătură între paragrafe şi, în disperarea de a încerca să legaţi un fragment de altul, scrieţi lucrurile cele mai lipsite de sens. Abia după o săptămână am tăiat, dintr-un articol, fraza: „Desigur, viaţa mici balerine nu se reduce numai la aplauze…”. Ce fel de raţionament mai era şi ăsta? Adesea, realizezi că nici măcar nu ai nevoie de asemenea fraze de legătură. Cei mai mulţi cititori sunt capabili să facă faţă unei mici schimbări de direcţie, dacă aceasta coincide cu un nou paragraf.

Folosiţi diateza activă, nu pe cea pasivă

Oamenii fac şi spun lucruri, aşa că întotdeauna cel mai bine este să scrieţi aceste lucruri în mod direct. Astfel: „Aeroportul Internaţional din Moscova va deschide o nouă

pistă în 1998”, şi nu: „Autorităţile au hotărât deschiderea unei noi piste pe Aeroportul Internaţional din Moscova, în 1998”. Anumite verbe, precum a veni, a pleca şi a da, sunt folosite frecvent la diateza pasivă: „Cererea a venit când Elţîn a întrebat...” (mai bine spuneţi „Elţîn cere...”), „Cutremurul a provocat moartea a 3.000 de persoane...” („3.000 de persoane au murit...”) şi „Mutarea a dat un impuls... „(mai bine „Mutarea a impulsionat...”). Diateza activă nu este doar eficientă, ci şi, aşa cum sugerează şi numele, mai activă.

Folosiţi buline şi liste pentru a reliefa anumite aspecte într-un articol

Procedeul poate pitirii exagerat într-un ziar, dar e foarte util atunci când aveţi o llsifl luni» a de Idei Nim probleme. Spre exemplu, în loc să folosiţi câteva paragrafe lungi pentru a descrie, să spunem, efectele reduccill, de către guvern, a cheltuielilor pentru transport, aşezaţi-le în pagină Oft atunci când vă faceţi lista de cumpărături. Dar, atenţie, să nu cumva flH faceţi acest lucru şi să constataţi că trebuie să menţionaţi din nou majoritatea punctelor respective, pentru a adăuga detalii în dreptul fiecăruia. Includeţi detaliile în listă.

Evitaţi expresiile fără sens

Expresii ca „pericol grav”, „zvonuri neconfirmate” şi „exagerat de alarmat” sunt, dacă vă gândiţi o secundă, adevărate nonsensuri. La urmei urmei, ce-i aia pericol neînsemnat? Iar dacă un zvon ar fi confirmai, atunci n-ar mai fi zvon, ar

fi un fapt, şi chiar unul căruia îi putem atribui o sursă. Asemenea automatisme pot fi reduse la un singur cuvânt, la fel şi alte sintagme, ca „într-o anumită măsură unic”. Fie este, fie nu este singurul de felul lui, iar dacă nu este, atunci nu este unic, nici într-o anumită măsură, nici întrucâtva, nici în alt mod.

Evitaţi tautologiile

Prin aceasta se înţelege folosirea unor expresii care spun acelaşi lucru de două ori. Spre exemplu: „Unele dintre remarcile folosite…” şi „Este o condiţie esenţială”. În ambele cazuri (şi în multe altele care ar putea fi date ca exemple), nu e nevoie decât de unul dintre cuvintele scrise cu litere cursive.

Nu folosiţi citate pentru a reafirma ceea ce deja aţi spus în text

Mulţi jurnalişti au obiceiul de a risipi astfel cuvintele, ca în exemplul: „Ministerul a dezminţit faptele. Un purtător de cuvânt a declarat: «Nu acceptăm această acuzaţie»”. Scrieţi fie prima, fie a doua frază. Preferabil prima.

Obişnui (i-vd cu termenii care pot fi folosiţi în locul expresiilor lungi

„Subiectul la care mă refer”, spre exemplu, se poate reduce la un singur t uvinţel: „Acesta”.

În final, un exerciţiu util este să luaţi câteva dintre articolele dumneavoastră recent publicate şi, cu un pix roşu, să reduceţi numărul de cuvinte folosite, fără să eliminaţi faptele esenţiale. Veţi fi surprins să constataţi cât de risipitor aţi fost. Nimic nu se compară, pentru a învăţa Ntr scrieţi

eficient, cu exerciţiul de a povesti subiecte complexe în 250 de cuvinte.

Revizuirea

Jurnaliştii trebuie să fie cei mai neînduplecaţi critici faţă de ei înşişi, liste esenţial să parcurgeţi încă o dată ceea ce aţi scris, căutând orice pune slab şi corectând materialul acolo unde nu sunteţi mulţumit. În mod normal, când articolul va fi văzut de altcineva, va fi prea târziu şi pentru a-l îmbunătăţi, şi pentru reputaţia dumneavoastră. Unii ziarişti preferă să aibă o versiune a întregului articol înainte de a-l înainta spre corectură, care poate fi foarte dură. Alţii, probabil cei care ştiu mai clar CC vor, revizuiesc articolul pe măsură ce scriu. Nu contează timpul, Important este ca revizuirea să fie cuprinzătoare, şi nu doar o căutare superficială a greşelilor de ortografie.

George Orwell, autorul cărţilor Ferma animalelor şi 1984, al cărui stil a fost remarcat pentru claritatea lui, considera că există patru întrebări pe care orice scriitor ar trebui să şi le pună în legătură cu fiecare propoziţie. Sună complicat şi chiar aşa ar fi dacă aceste întrebări nu ar deveni, după un timp, automate şi aproape subconştiente. Întrebările sale sunt:

Care este mesajul V

Ce cuvinte îl exprimă V

Ce imagine sau expresie l-ar face mai ullll?

Este imaginea destul de vie pentru a avea efecl?

Ulterior a mai adăugat două:

Aş putea formula mai simplu?

Am scris oare ceva urât, ce poate fi evitat?

Cei ce scriu în mod regulat vor învăţa curând să pună aceste întrebtti în legătură cu ceea ce scriu fără că efortul conştient să fie mai maro decât atunci când îşi mişcă ochii de la stânga la dreapta pentru a cili, Totuşi, aş sugera ca textului să i se aplice cu bună ştiinţă următoarele două întrebări:

Există vreun fragment nefinalizat, este totul explicat aşa cum trebuie?

Se citeşte cursiv?

Dacă răspunsul este afirmativ, atunci lăsaţi textul aşa cum e, rezistaţi tentaţiei de a mai adăuga câteva fraze de culoare, ca un bucătar care mul aruncă nişte ingrediente în prăjitură. Iar dacă se citeşte cu dificultate, o posibil să fie nevoie de mai mult decât de o uşoară cosmetizare pentru n pune lucrurile în ordine. Schimbarea punctuaţiei, de exemplu, nu o indicată ca o cale rapidă de a însufleţi propoziţiile muribunde. Rescrieji şi restructuraţi până când sunteţi mulţumit.

Apoi tăiaţi. Există cuvinte, expresii sau propoziţii care încetineau ritmul articolului? Rareori dau de vreun articol care să nu poată 11 îmbunătăţit prin tăierea unor pasaje. Procedeul seamănă cu strângeren niturilor şi a şuruburilor unei piese de mobilier. Atenţie mai ales la orice suna bine în momentul în care l-aţi scris. Cum spunea cândvn Samuel Johnson, „citiţi-vă din nou compoziţiile şi, când daţi de un pasaj despre care

credeţi că e foarte bun, eliminaţi-l”. Adesea, asemenea fragmente nu sunt atât de bune pe cât credeaţi la început.

Satisfacţiile scrierii

Lui italicii inexperimentaţi pol şi uneori copleşiţi de problemele care «pur atunci când trebuie să scrie ceva clar şi interesant, ceva ce oamenii nu vrea să citească. Gazetarii mai în vârstă nu sunt nici ei imuni la acest IOI tliment şi, dacă i-aţi auzi vorbind despre durerile compoziţiei, aţi

I iede că nicio persoană sănătoasă nu s-ar apuca să scrie decât amenințată Cil pistolul. Marele jurnalist sportiv american Red Smith, de exemplu.

Îi spus cândva: „Nu e mare lucru să scrii. Tot ce ai de făcut este să te nyczi în faţa maşinii de scris şi să dai frâu liber ideilor”. La care un alt american, Gore Vidal, a dat, probabil, replica definitivă, scriind: „Tot. Nul de scriitori care se blochează sau mai ştiu eu ce! Ia mai scu-Icyle-mă! Nu mai scrie, pentru numele lui Dumnezeu! mai există o mulţime de scriitori pe lumea asta”.

Sigur că uneori trebuie să transpiri. Bineînţeles, există întâmplări rare par a fi o amestecătură confuză şi fără sens până când nu ai petrecut ore întregi luptându-te să pui faptele în ordine, să le dai o formă, şi sunt momente de panică totală, când se apropie termenul de predare, iar treaba e doar pe jumătate făcută şi prost gândită. Dar plăcerea de a surprinde un fragment de realitate şi de a-l pune pe hârtie în

cuvinte, în propriile tale cuvinte, este imensă. La fel şi satisfacţia de a începe un material cu o serie de informaţii disparate, pentru a le găsi un sens şi a descoperi idei noi pe măsură ce scrii.

Va trebui să serii, să laşi la o parte sau să arzi o mulţime de pagini înainte de a te simţi în elementul tău în acest mediu. Poate ar fi bine să începi chiar acum. Pentru că eu cred că, în cele din urmă, cantitatea se va transforma în calitate.

Ray Bradbury

Capitolul 15

Lead-urile

Întotdeauna captează atenţia cititorului încă de la primul paragraf.

Ţine-l cu răsuflarea tăiată în cel de-al doilea şi nu-l mai slăbi până la ultimul rând.

Paul O'Neil, scriitor american

Lead-vă este cel mai important paragraf al articolului. Îi poate determina pe cititori să parcurgă articolul până la capăt sau să-l abandoneze în cel mai scurt timp pentru un altul. Şi vor face asta fără preget. De foarte multe ori, ziarele sunt consumate rapid, de oameni care au puţin timp la dispoziţie să le citească, în locuri şi în condiţii improprii relaxării şi contemplării – trenuri, metrou, maşini oprite la stop, birouri, pe stradă etc. Este foarte posibil ca, dacă primul paragraf nu le captează atenţia, nici să nu mai ajungă la al doilea.

Acest lucru nu este întotdeauna determinat de calitatea lead-\\u\. Lâxistă şi alţi factori: un titlu bun îi va incita pe cititori să ajungă dincolo de

lead, interesul pentru subiectul tratat îi poate forţa să citească şi ceea ce urmează după cel mai cumplit lead, în cazul că articolul se înviorează pe parcurs. De asemenea, cititorii sunt influenţaţi şi de mărimea ziarului (unul de 96 de pagini oferind, evident, mai multe articole alternative decât unul de 12 pagini). Ca jurnalist, nu poţi să controlezi tui să cunoşti dinainte aceşti factori. (Şi să nu-mi spuneţi că ştiţi care este lllillllliua ziarului. Fireşte că ştiţi, dar cititorul poate cumpăra alte ult OVII.) Singurul mod în care îl puteţi convinge pe cititor să ittcargă dlucoln ilu totul cale să scrieţi unul hun.

Redactarea lead-untor incitante

Indiferent ce tip de lead sau articol aţi scrie, există câteva reguli gencmlö ce trebuie reţinute.

Lead-w/ar trebui să fie direct, ordonat şi clar

Atunci când citesc un lead, cititorii au în minte o singură întrebare: „SĂ citesc acest articol?”. E posibil ca răspunsul să fie „Nu”, dacă la provocaţi şi alte întrebări, printr-un lead ambiguu şi complicat. Dif asemenea, este important să eliminaţi orice elemente nedorite, cum ar fi detaliile neesenţiale, denumirile precise ale funcţiilor unor persoano ori surse – acestea pot aştepta până la paragraful al doilea sau chiar mol încolo.

Lead-w/ar trebui să fie autonom

Exceptând cazul în care scrieţi un anumit tip de articol, semnificallă lead-ului trebuie să fie independentă de paragrafele următoare, cu excepţia explicaţiilor şi a expunerilor. De

asemenea, în afară de cazul în care este absolut necesar, faptele, persoanele, evenimentele, organizaţiile sau locurile nu trebuie lăsate neidentificate în lead.

Niciodată nu începeţi un articol cu o propoziţie subordonată

Spre exemplu: „În ciuda numărului crescut de crime…” sau „Daţi, crimele sunt tot mai numeroase pe zi ce trece…”. Această abordare este lentă, întârzie expunerea faptului esenţial şi ridică întrebări în mintoil cititorilor. Sunt efecte care se produc în cazul oricărei fraze ce începu printr-o propoziţie subordonată, aşa că acest procedeu trebuie folosii cu parcimonie chiar şi în corpul articolului.

Niciodată nu începeţi un articol cu cifre

Nerleţi numărul cu litere sau, dacă e foarte mare, găsiţi o altă modalitate îi începe articolul. Nu vă limitaţi să introduceţi cuvântul „aproximativ”, i în lui „Aproximativ 47 de oameni au decedat ieri în…” Astfel, informaţiile pice Isc sună ca o estimare.

Niciodată nu începeţi un articol cu numele organismelor oficiale

I încă nu aveţi un motiv excepţional sau nu vreţi să fiţi ironic, nu începeţi în licolele cu denumiri lungi şi birocratice. Dacă începeţi în felul următor: „Ministerul Agriculturii şi Direcţia de Monitorizare a Poluării Piscicole RU anunţat ieri…”, cititorii vor renunţa la lectură înainte de a avea ucu/ia să citească informaţia că toţi peştii prinşi într-un anumit râu sunt contaminaţi şi nu ar

trebui consumaţi. Începeţi, în schimb, fie cu o Vitt imită scurtă a denumirii, cum ar fi „Experţi guvernamentali în probleme de poluare” sau, mult mai bine, spuneţi-le oamenilor ce s-a întâmplat şi atribuiţi informaţia mai târziu în articol.

Numai rareori începeţi cu citate

A începe articolul cu un citat creează confuzie, pentru că, până când nu precizaţi sursa, cititorii nu vor şti cui aparţin vorbele citate. Există şi ora/îi izolate, când un citat merge cel mai bine la început, dar, în aceste iazuri, vorbitorul trebuie identificat imediat.

Evitaţi construcţiile impersonale

L. Tuul urile proaste pe care le întâlnesc cel mai des sunt cele care încep cu „Noaptea trecută n îi constatat că…”. Imediat apare întrebarea: despre elite sau despre ce este voi Im 7 Iar „constatat” e un cuvânt neinspirat Îicului n descrie covit ce în Ioni iiminţat, tăcut public, afirmat sau publicat.

Singurul articol care ar justifica un astfel de începui nr. 1 i despre npai l (hi bruscă a monstrului din Loch Ness.

Nu deveniţi obsedat de mărimea\cad-urilor

Unele ziare au reguli legate de dimensiunea maximă a lead-urüor. DnoÄ acesta e şi cazul ziarului dumneavoastră, atunci nu prea aveţi de ales, trebuie să vă conformaţi. Dar altfel, nu vă faceţi prea multe griji dacii mărimea vreunui lead contravine unor „limite” mitice. În peste 20 dO ani de jurnalism, n-am citit niciodată o scrisoare în care un cititor să se plângă de mărimea unui lead.

Atâta vreme cât un lead atrage cititorii înseamnă că-şi atinge scopul.

În mod normal, când se vorbeşte despre lead-uri în manuale, autorul enumera diverse tipuri de articole de ziar (ştire simplă, articol de fapt divers etc.) şi stabileşte ce lead-uri trebuie folosite în fiecare caz. Ace Nt lucru nu ajută la nimic, este stupid şi greşit. Dă impresia că scrisul csitt ceva ce depinde de acumularea unor tehnici, că jurnaliştii pot primi o trusă plină cu trucuri sau unelte, pe care o deschid şi o folosesc în funcţie de împrejurări: „Aha, iată un subiect de fapt divers, ia să nu intru direct în temă…” în plus, aşa ia naştere scrierea după formulă, care este o maladie extrem de periculoasă. Mult mai bine e să stabilim diversele abordări în materie de lead şi să lăsăm jurnalistul să decidit cum să le aplice.

Abordarea tip ştiri de senzaţie

În trecut, ziarele prezentau ştirile dramatice cu titluri pe mai mulie rânduri sau niveluri. Astfel, se dădeau în titlu toate punctele principale ale subiectului şi uneori titlul conţinea tot atâtea cuvinte câte au astăzi titlul şi primul paragraf la un loc. Priviţi acest exemplu din ziarul Philadelphia Inquirer de luni, 17 aprilie 1865, în care se relata ştirea asasinării preşedintelui Lincoln în vinerea precedentă:

Marca tragedie I

O naţiune îndoliaţii pentru onoratul preşedinte

Llucuric t ca ns lorii ia în în doliu!

Marele martir al libertăţii!

Asasinarea preşedintelui
Toate detaliile asasinatului
Relatarea unui distins martor ocular
Scena patului de moarte al domnului Lincoln
Un nobil patriot îşi doarme somnul de veci
Fuga josnicului asasin
Dl Seward încă în viaţă
Starea lui e favorabilă
Andrew Johnson instalat preşedinte!
Discursul său inaugural
Vederile noului preşedinte
El păstrează vechiul cabinet!
Lista oficială de la secretarul Stanton
Reportajele noastre speciale!

Nu e de mirare că după toate acestea nu mai era nevoie să scrii ceea ce astăzi am numi lead al unei ştiri senzaţionale. Sunt 76 de cuvinte în titlurile de mai sus, mult mai multe decât ar intra astăzi în titlul şi primele două paragrafe ale unui articol de ziar.

Aproape o sută de ani mai târziu, în după-amiaza zilei de 23 noiembrie 1963, avea loc asasinarea preşedintelui Kennedy. Iată titlurile şi/<v/r/-ul din ziarul Dallas Morning News de a doua zi:

KENNEDY UCIS PE O STRADĂ DIN DALLAS
Johnson devine preşedinte Simpatizant comunist acuzat de crimă

Un lunetist l-a împuşcat mortal pe preşedintele John F. Kennedy pe străzile Dallasului, vineri. Un simpatizant comunist în vârstă de 24 de ani, care încercase, în trecut, să

fugă în Rusia, a fost acuzat de crimă puţin după miezul nopţii.

În titluri şi în huni Ntlll cu puţin peste jumătate din numărul cuvintelor tiitâlnile numai în t ÎI luă Ile ce precedă articolul despre Lincoln. Lăsând la o parte problema expresiei subiective „simpiill/unt comunist”, Inul,\este identic, ca formă şi semnificaţie, cu cele ce precedă astăzi articolelo tip ştire de senzaţie din întreaga Americă, din Marea Britanie şi din multe alte ţări.

Lead-urile cronologice sau lente la ştirile senzaţionale au dispărut în începutul acestui secol. Titlurile au devenit mai mari în ceea ce privent) dimensiunea literelor, dar mult mai mici în ceea ce priveşte numărul de cuvinte folosite şi, astfel, lead-ul a trebuit să preia sarcina vechilor titluri. Articolele au devenit mai scurte pe măsură ce alfabetizarea de masă a devenit realitate şi astfel a trebuit să fie scrise mai clar, Iar ziarele au devenit mult mai mari, crescând competiţia în interiorul publicaţiei pentru atragerea atenţiei cititorilor. Toate aceste presiuni din industria presei au grăbit evoluţia lead-ului de acest gen.

La toate acestea conlucrau şi factori din afara presei. Impactul larg itl publicităţii, cu limbajul său vioi şi ademenitor şi mesajele sale simplu, a avut un efect enorm asupra culturii de masă din întreaga lume. Cititorii au acum mult mai puţin timp să citească ziarele decât aveau înainte.» unor schimbări sociale precum creşterea numărului proprietarilor de automobile, apariţia radioului, a televiziunii şi creşterea nivelului de trai. Iar

absenţa unei cenzuri formale înseamnă că nu e nevoie ca ziarişti să scrie într-o manieră eliptică, pentru ca publicul să citească printrö rânduri. Cititorii vor un stil direct, iar dumneavoastră îl puteţi oferi.

Ajunge cu teoria despre lead-ul ştirilor de senzaţie. Acum practică. $ vorbim aici despre scrierea ştirilor în primă instanţă. Articolele scrlao pe un anume subiect la câteva zile de la eveniment pot să ceară o abordare diferită, mai ales dacă între timp evenimentul a fost prezentul la radio sau la televiziune.

Scopul tuturor lead-urilor este să atragă atenţia cititorilor şi să i-o trezească interesul atât de puternic, încât să citească articolul până în capăt. În cazul lead-urilor ştirilor de senzaţie, înseamnă că aspectul său aspectele cele mai importante trebuie să se afle exact la început. Mul ales dacă stilul titlurilor din ţara dumneavoastră este criptic, cu aluzii literare, ce adesea dau prea puţină informaţie detaliată despre articolul care urmează. Un motiv în plus de a intra în subiect cât mai repede eu putinţă.

În îi toci normal, nu e dillcil în ea/Ail articolelor (ari, clare. Dacă 345 de oameni au fost ucişi într-un accident de avion în capitala ţării dumneavoastră, nu prea există dubii privind lead-ul ştirii: „Cel puţin M5 de oameni au murit noaptea trecută în urma prăbuşirii unui Boeing 747 al Global Airlines peste un bloc de apartamente din suburbiile Moscovei”. Dar, după cum se ştie, cele mai multe subiecte nu sunt la fel

tic clare. Ele au mai multe unghiuri (de abordare) şi nu putem să le punem pe toate în lead fără să-l încărcăm exagerat. Dacă nu doriţi un lead nehotărât, trebuie să selectaţi aspectul cel mai important, aplicând Criteriile de stabilire a valorii de informare.

Sună simplu, dar nu este aşa. Numeroşi jurnalişti cu multă experienţă jiu petrecut prea multe ore scriind, respingând şi apoi rescriind lead-mi. Iar problema de a hotărî care este cel mai bun unghi de abordare pentru lead este probabil acea parte a meseriei ce provoacă cele mai multe dispute în redacţiile din lumea întreagă. Nu există numai o variantă corectă şi una greşită, ci doar opinii conflictuale.

Aşa că, dacă aveţi în minte două (sau trei) variante în legătură cu modul în care vreţi să scrieţi lead-ul, există oare ceva care să vă ajute să decideţi? Din fericire, există. E vorba despre un sfat pe care l-am primit cu mulţi ani în urmă şi cred că este cel mai folositor pont pe care mi l-a vândut vreodată cineva. Se numeşte Parabola prietenului de pe deal şi sună cam aşa:

Imaginaţi-vă că aveţi în minte toate informaţiile legate de subiect şi că mergeţi pe un drum de ţară. Deodată, pe vârful unui deal, vedeţi un prieten care ştiţi că va fi nerăbdător să afle ce subiect aveţi. Alergaţi spre el, din ce în ce mai sus, şi, când ajungeţi la el, nu mai aveţi suflu decât pentru o singură propoziţie înainte de a vă prăbuşi extenuat. Ce îi spuneţi? Acesta este lead-\x\ dumneavoastră.

Există variaţiuni pe aceeaşi temă, cum ar fi să vă imaginaţi că aţi n iinis o telegramă despre subiect şi sunteţi taxat cu 10 lire pe cuvânt, hani pe care-i plătiţi din bu/Ainar. Fixaţi-vă o limită foarte strictă pentru numărul de cuvinte din telegrama: şase sau chiar patru. Astfel, sunteţi obligai să vă gândiţi în cuviului sau cuvinteic-cheie referitoare la subiect. 1 uleţi, apoi, sh va loiriliuiţi articolul în jurul lor.

Geoffroy Murray, reporter eu experienţă în Kotllei 8, ini a spus eliulvil o anecdotă care ilustrează perfect tehnica enunţaţii mai sus. În 19.17, corespondentul Reuters se afla în India, pentru a scrie despre participant lui Mahatma Gandhi la o întrunire. Povestirea reporterului contrazici) versiunea oficială a agenţiei de presă, dar aceasta nu ştirbeşte cu nituit) valoarea ei terapeutică pentru scriitorul de lead-uri aflat la ananghie.

Omul nostru se afla la o rugăciune în grup la care participa şi liderul indian, când un bărbat s-a năpustit spre acesta şi l-a împuşcat. Gandhi îl fost grav rănit, dar nu a murit pe loc. Reporterul a alergat către cel mai apropiat oficiu poştal, ca să trimită o telegramă la Londra, dar şi-a dat seama că banii nu îi ajungeau decât pentru a transmite patru cuvinte, Care să fie acestea? „Mahatma Gandhi shot here” („Mahatma Gandhi împuşcat aici”) – ei bine, probabil că redacţia ştia numele complet al liderului indian şi în ce loc se afla, deci Mahatma şi aici sunt de prisos, Iată ce a transmis: Gandhi shot worst feared („Ghandi împuşcat

teamit consecinţe”) – rezumând astfel încercarea de asasinat, victima, metoda şi deznodământul aşteptat, totul în patru cuvinte. Alertase, de asemenea, redacţia să pregătească pentru publicare un necrolog – lucru foarte important pentru agenţie şi pentru toţi clienţii ei.

(Un avertisment pentru circumstanţe ca aceasta: feriţi-vă cu orice preţ de ambiguitate. Un mesaj de la New York care a ajuns la redacţia Reuters din Londra în septembrie 1901 sună în felul următor: „McKinley shot Buffalo” („McKinley împuşcat Buffalo”, engl, buffalo – bizon), fiind respins de un tânăr subeditor cu cuvintele: „Yankeii ăştia! Poate au impresia că ne interesează partidele de vânătoare ale preşedintelui lor”. Articolul a fost salvat de editorul de serviciu, care şi-a dat seama că Buffalo nu se referea la vreun animal, ci la oraşul din statul New York. Şi astfel, agenţia a fost prima care a răspândit în întreaga lume ştirea asasinării preşedintelui.)

Alte abordări

În majoritatea situaţiilor în care relataţi ştiri de interes general şi o faceţi în primă instanţă, lead-\x\tip hard news este cea mai bună alegere. Totuşi există multe alte moduri în care puteţi începe un articol, iar unele pol şi aplicate şi mileniclor de ştiri, atunci când situaţia o cere. Deschiderile de feafutr (tu, în general, o formă mai liberă şi, mai iiles în cazul lor, singurul criteriu este să aplicaţi ceea ce merge cel mai bine. E valabil mai ales în cazul articolelor de

analiză, de atmosferă, de UOtnentariu şi al celor ce descriu personalităţi.

Plecare jurnalist ar trebui să studieze lead-unic toată viaţa, privind llccare ziar sau revistă ce-i cade în mână ca pe un text potenţial. De îndată ce începeţi să studiaţi lead-urile, realizaţi curând că, deşi credeaţi Cil sunt patru sau cinci tipuri principale, există de fapt zeci. A încerca să identifici toate abordările este o muncă de o viaţă, iar a le categorisi într-un număr finit de tipuri e o muncă fără rost. Totuşi, veţi găsi în continuare câteva dintre tipurile principale care se întâlnesc în ştiri şi unicole. Unele ridică problema care va fi abordată mai pe larg în capitolul dedicat construcţiei, şi anume că lead-ur\\e sunt adesea concepute nu pe un singur paragraf, ci pe mai multe.

Abordarea narativă

Acesta este lead-ul care expune subiectul cronologic. Folosit de regulă la articole feature, el este uneori utilizat şi la articolele de ştiri, atunci când cum s-a întâmplat este mai important decât ce s-a întâmplat. Uzul şi, în consecinţă, abuzul în cazul introducerii narative la articolele npărute în ziarul londonez Sunday Times au dat naştere unei şcoli de/<w/-uri de care se face mult haz. De exemplu:

La ora 12.47 p.m., doi bărbaţi în costume albastre identice, fiecare purtând o geantă diplomat Samsonite, au părăsit Ambasada Ruritaniei pe poarta din dos.

Au chemat un taxi, au cerut şoferului să-i

ducă până la staţia Victoria şi s-au tolănit pe tapiţeria de piele neagră a maşinii. În cele 25 de minute, cât i-a luat şoferului pentru a se descurca în traficul aglomerat de la prânz, niciunul nu a lăsat din mâini valiza cu aspect inofensiv. La staţia Victoria, bărbatul mai înalt a scos o bancnotă nou-nouţă de cinci lire şi a plătii şoferului, Harry Wingfield, 47 de ani, tată a trei copii. Acchlii nu avea cum să cunoască destinaţia finală…

Şi ar putea continua la fel pe alte câteva paragrafe. Această abordlUU în stil de roman are avantajele sale, însă impune un avertisment: elini stârneşti interesul cititorului în acest fel, e de preferat ca, atunci citul, finalmente, ajungi la punctul principal, să fi meritat cu adevărat OHUM neala. Dacă, în exemplul de mai sus, ce doi furau secrete de stat MIHI puneau la cale aruncarea în aer a vreunei ambasade rivale, totul ar fi fost bine şi frumos. Dar nu este la fel dacă tocmai primiseră o învolor de o jumătate de zi şi tot ce făceau era să se îndrepte spre casă ca sit» f petreacă seara aranjându-şi colecţia de timbre.

Anecdota

Este lead-ul care relatează o anecdotă independent de restul articolului, ilustrând un aspect legat de subiect; este folosit adesea în articolele mul lungi, pentru a prezenta personajele principale, pentru a ilustra caniO» terul relaţiilor lor sau pentru a relata un episod neştiut din seria de evenimente altminteri bine cunoscute. Este foarte important ca anccdotfl să fie bună şi să demonstreze ceva.

Este un lead ce se întinde pe câteva (uneori pe mai multe) paragrafe, ţfl în care „adevăratul” lead este amânat, întocmai ca poanta unui banc. Se foloseşte adesea la materialele ce prezintă informaţii curente şi la articolele vesele, în care evenimente şi scene cotidiene absolut obişnuito

Punctului principal al articolului, într-un paragraf ce începe inevitabil cu „Acum…” sau „Şi atunci…

Oarecum stilizat şi schematizat, acest tip de lead produce adesea banalităţi de genul: „De unde să ştie ei că…”, precum în exemplul următor: „Era un zbor perfect. Cer fără nori, vin bun şi mâncaro excelentă. Dar călătorii nu aveau cum să ştie, în timp ce şi fixau centurile de siguranţă pentru aterizare, că avionul avea să ia loc două minute mai târziu şi să se prăbuşească în câteva secunde şi că numai doi dintre el aveau să supravieţuiască”.

Picătura întârziată

Sunt invocate preţ de câteva paragrafe, pentru a fi urmate de introducerea

I Aüiu-glonf

{un tip de lead opus celui de mai sus. Aici întregul subiect este cuprins lun-o singură propoziţie relevantă. Eficient, evocator şi puternic atunci când reuşeşte, dar dezastruos când eşuează; cere experienţă, talent real şi discernământ. Cea mai bună întrebuinţare este în

cazul unui subiect Important, nu întru totul neaşteptat şi care va fi abordat de practic toată presă. Cel mai bun pe care l-am citit vreodată a fost la moartea lui lliller, în mai 1945. Imaginaţi-vă că dumneavoastră ar fi trebuit să scrieţi articolul. Ce aţi fi putut scrie despre acest eveniment (deja relatat la radio), ceva care să nu fie prea banal şi evident? E foarte dificil. Dar ziarul britanic News Chronicle şi-a început articolul cu o propoziţie extrem de simplă: „Cel mai urât om din lume e mort". Aproape la fel tic bun este lead-ul scris de Jack London, autorul romanului Colţ Alb, pentru revista Collier's Weekly, în aprilie 1906. Trebuia să scrie despre cutremur şi incendiul ce i-a urmat, care au distrus majoritatea clădirilor din San Francisco, lăsând 225.000 de oameni fără adăpost. London şi-a început relatarea cu un paragraf de numai patru cuvinte: „San Francisco a dispărut".

I jedd-ul de tip rezumat

Explorează teritoriul în care cititorul va fi condus de jurnalist şi este folosit cel mai avantajos pentru a extrage elementele esenţiale ale unui lanţ complex de evenimente. Spre exemplu, o ştire despre o fraudă foarte complicată din lumea pariurilor la cursele de cai ar putea începe astfel: „O organizaţie de pariuri a încercat, ieri, să înşele cu patru milioane de lire casele de pariuri din Marea Britanie". Dar o variantă şi mai bună a fost următoarea: „Joe Martin era un parior atât de înnebunit să câştige de pe urma cailor, încât a inventat un hipodrom, a «organizat» o cursă, şi-a

convins prietenii să parieze pe rezultatele sale fictive şi a fost cât pe ce să i reuşească stratagema”.

Acest tip Ü0 fatid nuri este folosit şi atunci când niciun aspect al poveştii nu culc lovit din comun, dar principalul puiicl de interes îl reprezint)! Consecinţele. Deşi foarte util, pericolul/tW-ului de lip rezumat este că, dacă nu-i îndeajuns de comprehensiv, nu face deett Nil amânc problema de a decide care este cel mai important aspect ni poveştii pentru paragraful al doilea. Poate cel mai bun mod de a cvitfl acest lucru este să vă gândiţi la el ca la o reclamă de film, care expuilö cele mai interesante momente din ceea ce vor vedea spectatorii. Apoi este foarte util în cazul articolelor ce trec în revistă un număr mare de subiecte sau de oameni ori în cazul profilurilor de personalităţi. Spre exemplu: „Farouk nu este doar regele Egiptului. El este şi şofer de duminică, escroc, afemeiat, gurmand, hoţ de buzunare şi, mai nou, un playboy supraponderal în exil. El este, de fapt, regele care nu’s» A maturizat”.

Lead-declaraţie

Este un alt tip de deschidere, în care autorul introduce o declaraţie bizară sau şocantă în speranţa de a-i determina pe cititori să parcurgi! Articolul. Un reporter de război şi-a început, cândva, articolul cu fraza; „Azi-dimineaţă m-am bărbierit cu vin roşu de colecţie…”, continuând să scrie că unitatea pe care o însoţise tocmai cucerise de la nemţi una dintre cele mai

importante podgorii.

Lead-oc

Este deschiderea în care se iau două elemente ale subiectului, cel mai adesea începutul şi deznodământul, şi se cuplează astfel încât să produefl un şoc. Omiterea unor clemente cu bună ştiinţă este adesea esenţială, De pildă, acest fragment scris de un jurnalist american putea fi un simplu articol de rutină despre un accident: „Billy Ray Smith şi-a aprins o ţigară în timp ce-şi afunda picioarele în petrol. Poate va supravieţui”.

I «ad-ff/de tip punere în scenă

Este lead \x\în care autorul descrie o scenă neobişnuită, dar esenţială pentru înţelegerea subiectului. Folosit cel mai adesea la materialele soft Ivature lungi sau la articolele de atmosferă, trebuie să fie bine scris, iar semnificaţia sa trebuie explicată la scurtă vreme după expunere. Are cel mai mare efect când conţine o ciudăţenie de genul „Ceasul bătu ora 13”. Ca în exemplul următor:

Imaginaţi-vă scena. Este iarnă şi într-un apartament neîncălzit şade un bătrân îmbrăcat doar într-o cămaşă de noapte subţire. E aplecat deasupra unei mese, examinând ceva la microscop. O mică luminare arde lângă cotul său. Dintr-odată, se dă înapoi, zâmbeşte, scoate o bancnotă de cinci dolari din buzunar, o ţine în flacăra luminării şi o foloseşte pentru a-şi aprinde un trabuc.

Eşti obligat să citeşti mai departe pentru a descoperi la ce se uită, de ce nu are nevoie de căldură sau de haine groase şi ce îl determină să

folosească dolari ca să-şi aprindă trabucul. Omul este – după cum se explică în continuare – un falsificator de bancnote ajuns la ananghie. Secretul constă în a scrie ceva incitam, astfel încât cititorul să vrea să ştie ce se petrece mai departe, asemenea începutului romanului Puteri pământeşti al lui Anthony Powell:

Eram în după-amiaza celei de-a 81 aniversări şi mă aflam în pat cu tânărul meu prieten, când Ali m-a anunţat că a venit arhiepiscopul şi vrea să mă vadă.

Lead-w/interogativ

Este o introducere periculoasă, de vreme ce cititorii pot da imediat un răspuns şi licee mai departe. Prin urmare, cel mai bine este să nu le punem întrebări directe, uşor de rezolvat. Şi nici unele la care există un răspuns surpriii/nici, pentru că acest lucru indică negreşit că informaţia dală în răspuiiM în îl lirhiii, mai bine, să fi fost oferită în lead. Lead-ul

La urma urmei, este evident e; l majoritatea oamenilor abia aşteaptă MĂ plece în concediu.

Întotdeauna scrieţi prima dată lead-a/?

În ambele cazuri prezentate mai sus, articolul ar fi fost mult mai bun fără lead-ul stupid şi plictisitor. Lead-urile „de antrenament” sunt ca şi exerciţiile de încălzire ale unui dansator: esenţiale probabil pentru spectacol, dar în niciun caz o parte a lui. Ele reprezintă o activitate privată şi nu trebuie să ajungă la public. Cu ajutorul lor realizăm cil, adesea, trebuie să scriem mai întâi ceva ca să ne luăm avânt. Nu e nimlo rău în asta;

iar rutină din culise, care asigură calitatea ziarului, trebuie urmată. Doar să nu lăsaţi pe nimeni să o vadă, asta e tot.

Unii jurnalişti preferă ca, atunci când realizează articole feature, să scrie mai întâi de mână, apoi să bată la maşină sau pe calculator textul, şlefuindu-l pe parcurs. Pretind că îşi aleg cu mai multă grijă cuvintele şi scriu mai economic dacă o fac manual, şi nu la computer. Susţin est tastatura rapidă şi sensibilă a computerului încurajează inflaţia de cuvinte şi construcţia neîngrijită a frazei şi îi determină să compună textul „pe loc”, în loc să formuleze şi să reformuleze propoziţiile înainte de a le scrie, cum se întâmplă când lucrezi cu hârtie şi creion.

Există tot atâtea feluri de a scrie citi scriitori (Nabokov, de exemplu, scria adesea stând în picioare; Victor Hugo scria dezbrăcat). Dar exista o obişnuinţă în mod hotărât periculoasă – de a scrie articolul fără un lead corespunzător şi a compune primul paragraf la sfârşit. Problema acestei practici este că procesul de gândire a lead-ului este adesea cel care ajută la formularea unei idei clare despre articol, despre construcţia acestuia şi despre tonul ce trebuie adoptat. Dacă scrieţi un articol şi apoi vă întoarceţi pentru a scrie lead-ul, se va întâmpla adesea să vreţi ca articolul să aibă un ton şi o structură total diferite, ceea ce înseamnă că va trebui să-l rescrieţi.

Singurul caz în care această practică se poate dovedi utilă este când povestea arc o structură clară, cronologică poate, astfel încât puteţi începe

cu debutul naraţiunii, pentru ca apoi să vă întoarceţi şi să scrieţi un rezumat, o declaraţie sau un alt fel de lead. Cel mai clar caz în care n iihtfel dü abordare o permisă este atunci când au ioc dezastre sau evenimente despre care ticluite să începeţi să scrieţi înainte ca deznollttmântul final, cauză sau numărul victimelor să fie cunoscute. Acest tip de subiect este numit eveniment în desfăşurare, pentru că faptele se află în plină derulare atunci când începeţi să scrieţi. În aceste cazuri, este întotdeauna recomandabil să începeţi cronologic, apoi, chiar înainte de termenul de predare, să adăugaţi lead-ul şi, poate, ultimele două-trei paragrafe.

Scriitorii proşti sunt cei care, atunci când scriu, se referă la un context obscur, pe care cititorul nu are cum să-l cunoască.

Albert Camus

Capitolul 16

Construcţia şi descrierea

Orice lucru scris pentru satisfacţia autorului este lipsit de valoare.

Biaise Pascal

Construcţia unui articol bun depinde de claritate, organizare şi eficienţă. Sună simplu şi, în general, aşa şi este, mai ales în cazul ştirilor de senzaţie, care au până la douăsprezece paragrafe. Oacă informaţia cea mai interesantă se află în lead, restul articolului nu constituie cea mai dificilă sarcină. Un model foarte des amintit este cel al piramidei inversate, o formulă pseudotehnică ce denumeşte procedeul elementar

de a plasa elementele din material în ordinea descrescătoare a interesului şi importanţei. Faceţi acest lucru şi veţi ajunge la finalul articolului pe nesimţite. Acelaşi efect ar trebui să fie valabil şi pentru cititori.

Problemele construcţiei apar în cazul articolelor mai întinse ori mai complexe sau atât întinse, cât şi complexe. Mai ales la articolele de ştiri, care nu au o secvenţialitate cronologică a evenimentelor. Acestea, din fericire, îşi impun propria structură asupra articolului, odată ce paragraful sau paragrafele introductive au fost scrise. Reportajele în stil feature sunt şi ele mai dificil de construit, pentru că implică adesea o mulţime de teme şi orientări diferite. Anumite fragmente ale poveştii par să sC potrivească în mai multe locuri din articol, iar altele să nu-şi găsească locul nieflieri.

Dificillttţile de construcţie rezultă mai ales din aspectul următor: Cuttl să prozlllţi. HipoclU miesen diferite în mod clar şi logic, astfel încât în final nN al o Imnului uoorontHV Ce anume se potriveşte şi unde, cum pot fi alăturate aspecte dintre cele mai diferite7 Aceste probleme, îl 11 cea mai neplăcută formă a lor, seamănă cu încercarea de a rezolva un puzzle când piesele acestuia parvin într-un număr aproape infinit de mărimi şi de forme, iar poza de pe cutie lipseşte. Din fericire, dum «neavoastră sunteţi la comandă. Iar acest din urmă cuvânt este cel mai important din întregul proces descris aici. O construcţie bună presupuno să preluaţi comanda în ceea ce

priveşte materialul. Adică să treceţi în revistă informaţiile pe care le aveţi, să decideţi asupra naturii articolului, să vă formaţi o viziune de ansamblu şi să determinaţi ce efect doriţi sH obţineţi, să decideţi care sunt piesele de care aveţi nevoie şi care sunt cele inutile, ce mărime şi ce formă ar trebui să aibă şi cum trebuie integrate în ansamblu.

Dacă există vreun secret al unei construcţii de calitate, acesta este să imaginaţi articolul ca fiind alcătuit din cărămizi. Ele reprezintă crâmpcio de informaţii ce constituie unităţile cu care veţi construi articolul. Lu început, când vă desfăşuraţi informaţiile şi le treceţi în revistă, căutaţi ce este esenţial şi ce nu. Apoi începeţi să vedeţi cum se separă elementele esenţiale în diferite elemente sau aspecte ale poveştii. După aceea grupaţi informaţiile mai puţin importante pe lângă aceste „cărămizi” şif în acelaşi timp, gândiţi-vă în ce ordine veţi pune diversele secţiuni. Ulterior, legăturile dintre ele vă vor apărea de la sine. Întotdeauna, cu excepţia cazurilor când aveţi de a face cu subiecte extrem de simple, o parte din această planificare trebuie făcută pe hârtie, chiar dacă este vorba numai de câteva titluri mâzgălite.

În mare măsură, după un timp, acest proces devine o obişnuinţă. Înfăţişându-l în felul în care am făcut-o mai sus, am dat poate impresia că ar fi mai mult o chestiune de fişare decât de compoziţie. Un lucru care nu poate fi demonstrat aici este că, odată cu dobândirea experienţei, planificarea construcţiei devine mai intuitivă.

Reguli de construcţie

Lucraţi fiecare aspect al subiectului pe rând

Nu sări (i se la un fragment la altul, apoi din nou la primul. Acest lucru produce confuzii, atât pentru dumneavoastră, cât şi pentru cititor. Abordaţi fiecare aspect separat şi expuneţi-l cât mai clar.

Laceţi legăturile dintre cărămizi „cât mai natural cu putinţă

Întotdeauna puteţi distinge un articol în care ordinea „cărămizilor" nu a fost stabilită aşa cum trebuie, prin proliferarea formulărilor incluzând între timp, dar şi totuşi. Ar trebui să puteţi trece în mod logic de la o „cărămidă" la alta fără a apela la prea mulţi termeni de acest fel. Ei sunt folosiţi pentru a introduce un element ce intră în conflict sau contrastează cu informaţia precedentă şi reprezintă o capcană în privinţa construcţiei. Dacă nu sunteţi atent, puteţi simţi adesea nevoia să-i folosiţi ia fiecare trei sau patru propoziţii. Pentru a-i reduce, trebuie să aranjăm tot materialul ce argumentează într-o anume direcţie, apoi să plasăm informaţia contradictorie, atunci când e posibil. Dacă aveţi nevoie de o frază de legătură, construiţi-o în mod elegant.

În cazul articolelor mai lungi, faceţi chiar din lead una dintre cărămizi".

Adesea este bine să ne gândim la lead ca fiind nu doar un paragraf, ci o „cărămidă" de trei sau poate chiar patru paragrafe. Ea ar conţine nu numai paragraful de deschidere, ci şi punctele principale sau rezumatul articolului. Paragrafele

al doilea şi al treilea, tipice în articolele de ştiri (unde unghiul principal se găseşte în primul paragraf), sunt amplificarea acelui pune de vedere, un citat care să-l sprijine sau un rezumat ori un paragraf tip numirii, Adleft o propoziţie sau două despre principalele puncte ale mi!» în nilul, care li oferă cititorului o idee despre ceea ce urmează. Dacă, dintr-un anumit motiv, folosiţi o construcţie care presupune că unele dintre punctele importante să fie abordate mult mai târziu II) cadrul articolului, atunci oferiţi-i cititorului o mostră din ele chiar în început, într-un paragraf cu elementele principale.

Atenţie la fundături

Când vă faceţi planul, fiţi cu ochii în patru la orice „cărămidă” ce nu conduce firesc la următoarea. În mod tipic, acestea sunt aspecte secundare sau efecte secundare, periferice faţă de firul principal al naraţiunii, Asemenea fundături trebuie lăsate pentru finalul articolului, altfel, ca şi în cazul fundăturilor propriu-zise, veţi constata că trebuie să vă întoarceţi din drum pentru a vă putea îndrepta într-o altă direcţie.

Dacă evenimentele despre care scrieţi au o structură cronologică, folosiţi-o

Povestirea cronologică este simplă, uşor de urmărit şi deseori reprezintă cea mai bună soluţie. După paragraful sau paragrafele introductive, nu vă temeţi să spuneţi: „Totul a început cu…”, şi să porniţi din acel punct spre final.

Aveţi grijă să plasaţi dezminţirile sau negările imediat după acuzaţii

Dacă există două părţi conflictuale într-un articol, asiguraţi-vă, pe cât posibil, ca negările sau replicile la cele afirmate de cineva să urmeze aproape imediat după acuzaţie. Separarea lor prin alte paragrafe este unul dintre cele mai uşoare moduri de a crea confuzie în mintea cititorului. Şi mai este şi risipă de cuvinte, pentru că, dacă lăsaţi o distanţă între declaraţiile celor două părţi, s-ar putea să trebuiască să reformulaţi acuzaţia iniţială.

Nu vă temeţi să expllcaji lucrurile

Unele materiale sunt foarte complicate şi există pericolul ca cititorii să ţin le înţeleagă, oricât de bună ar fi construcţia. În aceste situaţii, nu vă daţi înapoi de la a explica lucrurile ca în manuale, spunându-le cititorilor ce urmează, precum în exemplul: „Există patru aspecte ale acestei probleme complexe. Ele sunt…”

Nu daţi informaţii de context în fragmente mari de text, greu de digerat

Li necesar ca unele articole să conţină o multitudine de informaţii de context sau recapitulări ale unor articole precedente, fie pentru ca sensul lor să fie clar, fie pentru că puterea lor de informare să fie maximă. În cele mai multe cazuri, este indicat că acest tip de material să fie Intercalat în firul narativ principal şi redat succint. În cazurile rare, când aveţi de-a face cu un subiect extrem de complicat, vă puteţi folosi, până la urmă, de formularea: „Până acum, lucrurile stau în felul următor…”

Feriţi-vă de construcţiile consecutive

Acest stil de a scrie articole uşurele, de larg interes, a devenit convenţional, aproape ritualizat, prin suprautilizare. Un posibil exemplu ar fi:

Un şcolar din Bolton nu va uita niciodată ziua în care şi-a prins capul în grilajul şcolii. (Operezentare scurtă, glumeaţă a celor întâmplate, care nu dezvăluie finalul)

Mai întâi… s-a întâmplat asta. (Sunt precizate numele, data, locul.)

Apoi… s-a întâmplat cealaltă. (Naraţiunea îşi continuă desfăşurarea.)

Şi pe urmă… s-a întâmplat altceva. (Mai departe.)

Pentru că… încă ceva. (… Şi mai departe…)

Dar… (Aici intervine punctul slab al ştirii.)

Iar acum… lotul e în regulă. (Altfel ar fi fost scris într-un alt registru.

Înţelegeţi?)

Aşa că… (Consecinţele şi declaraţii din partea celor implicaţi.)

Utilizaţi citate pentru a schimba ritmul

Într-o secţiune lungă ce utilizează vorbirea indirectă

Aşa cum o lungă secţiune de citate ar fi plictisitoare şi ineficientă din cauza dimensiunii ei, tot astfel un fragment prea mare de vorbim indirectă poate deveni monoton. Aduceţi puţină variaţie şi declaraţillu unui personaj într-un citat sau două, oricât de scurte.

Vorbirea indirectă din lead trebuie să fie sprijinită prin citate în paragrafele ulterioare

Acest lucru trebuie făcut întotdeauna, dar se

aplică mai ales când afirmaţiile sunt controversate.

La articolele de urmărire, nu uitaţi să recapitulaţi

Când construiţi un articol de urmărire, trebuie să aveţi grijă să recapitulaţi suficient din materialul de început pentru a face noul articol inteligibil, Acest lucru poate fi realizat fie printr-o propoziţie care să se refere în articolul anterior, fie printr-un fragment mai lung, de context. Când recapitulaţi, este esenţial ca, dacă o anume acuzaţie a fost negată în articolele precedente, toate articolele de urmărire în care acuzaţia este repetată să repete şi dezminţirea.

Analiza structurii articolului

Cei mai mulţi dintre noi au petrecut nenumărate ore, în tinereţe, stând în săli de clasă şi de curs, studiind şi disecând poezii, nuvele şi romane, încercaţi să le sugeraţi însă jurnaliştilor, fie ei tineri sau bătrâni, că ar avea de câştigat dacă s-ar aplica articolelor de ziar un asemenea tratament analitic şi se vor uita la dumneavoastră de parcă tocmai aţi fi pledai pentru castrarea tuturor bărbaţilor de peste 25 de ani.

Şi lotuffi, multe avantaje se pot obţine dedicând un minimum de timp pentru o asemenea analiză. Nu trebuie mult, iar obiectele atenţiei dumneavoastră pol şi bune sau rele; puteţi învăţa din ambele cazuri. Tot ceea ce trebuie să faceţi este să notaţi ce rol are fiecare fragment al articolului. Iată un exemplu:

Relatare de discurs

Lead ce formulează cel mai important aspect, cu sau fără citate de susţinere.

Orice alte aspecte principale, cu sau fără citate. Elaborarea unui lead cu citate directe. Dezvoltarea discursului şi a citatelor. Rezumatul altor puncte principale.

(Notă: reacţia audienţei, conduita şi înfăţişarea vorbitorului, informaţii esenţiale de context etc. Înfăţişate prin scurte remarci în cazul în care nu sunt semnificative.)

Vinalurile

Scriitorul american Ernest Hemingway a spus cândva că a rescris finalul cărţii Adio, arme de 39 de ori înainte de a se declara satisfăcut. N-ar exista prea multe articole de ziar publicate, dacă această practică ar fi preluată (deşi nu puţine lead-un ar putea beneficia de pe urma unei astfel de atenţii), dar trebuie să reţinem că finalul este la fel de important ca şi începutul. Poate nu chiar la fel de important, dar oricum merită să ne gândim la el.

Articolele mai lungi, în special, sunt mai bune când sunt concepute circular. Ele nu trebuie să se încheie în acelaşi mod în care se termină o piesă de muzică simfonică de secol nouăsprezece. Şi, în mod clar, nu trebuie să aibă una dintre acele concluzii groaznice, forţate, false, când autorul simte nevoia de a da un verdict sau de a-i face cititorului un fel de semn de adio în cuvinte. Dar nici nu trebuie să se termine abrupt, de parcă autorul s-ar fi plictisit brusc, şi nici să se topească fără vlagă.

Anecdotele, de pielii al litrii remarcile cvasi filosofice ale jurnalistului, constituie o înmii Inoltnlero, în aşa şi scurtele descrieri ale unei scene de final, un citai relevant, nul'apt amuzant. Mau niiinlIC, vreo întorsăturii la firul principal al articolului pe care aii păstrat o pentru final; poalţ* chiar un ecou al lead-xxlui sau al unui fragment ce se găseşte pe lit începutul articolului. De fapt, orice face materialul să fie complet şi îl împiedică pe cititor să conchidă că autorul a ajuns până la un anuiull punct cu articolul, după care şi-a amintit că are altceva mai urgent de (îteul. Iată aici una dintre cele mai bune fraze de final din istoria cuvântuhil tipărit. A fost scrisă de un corespondent, american prin naştere, itl ziarului londonez Daily News, J.A. MacGahan, la sfârşitul uneia dintru corespondenţele sale dramatice ce au revelat atrocităţile comise de turci împotriva bulgarilor în 1876. După o relatare seacă a măcelului din Batak (din care am citat pe larg în capitolul 1), trece în revistă scena din curtea bisericii, unde mii de trupuri zac aşa cum au căzut, apoi adaugă! „Recoltele putrezesc pe câmp, iar culegătorii putrezesc aici, în curtea bisericii".

Atribuirea

Dacă există un singur lucru în legătură cu care jurnaliştii americani pol da lecţii întregii lumi, acesta este disciplina în identificarea surselor, Din nu ştiu ce motiv, atribuirea este un domeniu în legătură cu care o mulţime de reporteri au o problemă de atitudine. Ei cred că, dacă nu citează decât la nivel minimal sursele de

informaţie, îşi vor pierde, eu siguranţă, virilitatea jurnalistică – având probabil convingerea că, dacii un anumit material din articol nu are ataşată o sursă, atunci cititorii îl vor da gazetarului credit pentru ideea originală sau pentru deducţiile şi calculele făcute. Aceasta este, desigur, o prostie. Când citaţi în mod corespunzător sursele pentru un anumit subiect, nu faceţi altceva deell să le oferiţi cititorilor clementele de care au nevoie pentru a-i ajuta să-şi formeze o opinie pe marginea articolului sau în legătură cu diferitele informaţii pe care le conţine. Cititorul nu trebuie niciodată să fie nevoit să-şi pună întrebarea: „Cum a aflat ziarul lucrul acesta?”

Gradul în care se face atribuirea depinde de natura subiectului şi tic tipul publicaţiei. În cazul subiectelor controversate şi al publicaţiilor fejtlliali/Jltl csic, în ItOMOI ld, nevoie de o atribuire mai detaliată şi mai i Iură, latll, mai jos, alle elleva reguli care lămuresc când, unde şi cum III se citeze sursele.

Cuzuri în care atribuirea poate lipsi

Iu mod clar, atribuirea nu este necesară în cazul a ceea ce numim Ctlllură generală, informaţie cunoscută publicului larg sau care poate fi verificată imediat printr-o mulţime de alte surse. Nimeni nu trebuie să ne simtă obligat să scrie ceva de genul: „Budapesta este capitala Ungariei, a declarat astăzi o oficialitate din Ministerul de Externe”. Dacă, de pildă, un mare incendiu a izbucnit în capitala ţării dumneavoastră, nu e nevoie să aveţi o sursă

pentru această informaţie. Mii de oameni vor fi văzut incendiul de la propriile ferestre, iar multe alte milioane la televizor. Totuşi, în general, conţinutul majorităţii articolelor de ştiri va avea nevoie de atribuire în cazul presei tipărite. Iar aceasta înseamnă că fiecare declaraţie trebuie să aibă o sursă clară.

Daţi sursele pentru orice informaţie care este sau poate deveni controversată

În exemplul de mai sus cu incendiul, veţi avea nevoie de o sursă pentru cifrele privind victimele, pentru pagube şi cauze – toate acestea puţind li contestate de o altă sursă. Orice informaţie care este sau poate fi subiect de contestaţie trebuie să fie atribuită, la fel şi orice opinie sau orice credeţi că s-ar putea să facă parte din categoria informaţiilor deja cunoscute publicului (de exemplu, în loc de incendiu, a fost o bombă şi vă temeţi că autorităţile vor contesta faptul că a avut loc explozia unei hombe).

Nu folosi (i niciodată atribuirea pasivă

Nu scrieţi: „Ne npuiir”, „%S a anunţat” ori „S-a înţeles”. Toate acestea reclamă întrebitroil: „I ar citire cine 7”. Undeva în lume există o persoană sau o organizaţie care a spus-o, a anuninio sau o crede. Spuneţi chiţ), Dincolo de orice altceva, atribuirea pasivă foloseşte expresiile impof* sonale ale birocraţiei ce se pretinde omnipotentă – şi ştim cu toţii cilii bază trebuie să punem pe acest lucru.

Spuneţi clar cum a fost obţinută informaţia

Dacă este relevant – şi de obicei este –, scrieţi

în aşa fel încât să fie clar cum aţi obţinut informaţiile. Nu e nevoie de multe explicaţii, o simplii frază va fi de ajuns. De exemplu: „Se spune într-un comunicat de presă” sau „A spus cutare lucru răspunzând la întrebările reporterilor Hi

Fiţi cât mai explicit cu putinţă

Sursele au o mult mai mare greutate atunci când au un nume, o funcţie sau orice altceva le-ar conferi credibilitate sau l-ar ajuta pe cititor să judece calitatea informaţiei oferite de ele. „Purtătorul de cuvânt al armatei, Ronald Elvvill” este mult mai bine decât „Un purtător de cuvtnt al armatei”. Adăugaţi orice informaţie care ar putea fi utilă. Dacă sursa dumneavoastră era într-o întrunire sau martor ocular la un incident, precizaţi acest lucru. Cuvintele acesteia vor fi mult mai convingătoare dacă se afla la faţa locului decât dacă ar fi fost la sediu, la câţiva kilometri depărtare sau pe alt continent.

Sursele anonime

Dacă nu puteţi numi o sursă (negocierea şi tratarea acestor situaţii este abordată în capitolul 6), trebuie să daţi cât mai multe informaţii despre ce fel de persoană este aceasta, referinţele ei – cu excepţia celor care ar putea să-i dezvăluie identitatea. Nu scrieţi doar „surse”, „analişti” sau „surse guvernamentale” ori, doamne fereşte, „surse ale ziarului nostruz\l’îţi cât mai exact cu putinţă şi folosiţi pluralul numai dacă se justifică. Dacă este o sursă unică, atunci precizaţi acest lucru. În sfârşit, dacă informaţiile dumneavoastră

vin din mai multe surse anonime, nu atribuiţi fier arc informaţie, Scrieţi: „Interviurile cu înake oficialităţi bancare nu dezvăluit diverse reacţii la această ştire. Unii intervievaţi au afirmat

Ui…

Alcătuiţi o scală de gradare a surselor anonime

Veţi ajuta considerabil cititorii dacă veţi graţia sursele anonime. Reuters foloseşte următoarele categorii:

sursele autorizate exercită o reală autoritate asupra problemei în chestiune. Un ministru al Apărării este o sursă autorizată pe probleme militare, dar nu în domeniul financiar; sursele oficiale au acces la informaţii în calitatea lor oficială, dar competenţa lor ca surse este limitată la domeniul în care activează; sursele împuternicite sunt, spre exemplu, sursele diplomatice, sursele serviciilor de informaţii sau din industria minieră. Ca şi sursele oficiale, ele trebuie să aibă acces la informaţii credibile asupra subiectului în chestiune.

Una dintre marile probleme legate de sursele anonime este că, dacă au oferiţi asemenea puncte de referinţă, cititorul nu va avea nici cea mai mică idee dacă îl citaţi pe preşedinte sau pe cel care îi face pantofii.

Locul în articol unde trebuie să se facă atribuirea

Atribuirea trebuie să se facă la început, în orice articol, iar dacă subiectul este controversat, sursă trebuie să fie chiar în lead. Atribuirea în

lead nu este neapărat lipsită de eleganţă şi e întotdeauna de preferat unei construcţii îndoielnice, în care articolul începe printr-o declaraţie oarbă, neatribuită, urmată de un al doilea paragraf ce începe astfel: „Aceasta este opinia/viziunea/concluzia etc. Lui…”. Un asemenea tip de deschidere se practică mai ales în cazul articolelor care vorbesc despre ceea ce s-a spus, nu despre ceea ce s-a făcut. Atribuirea în lead trebuie totuşi redusă la minimum, pentru a evita confuziile. Titulaturile întregi, funcţiile oficiale, între exemplu, pot fi menţionate mai jos în articol.

Oriunde altundeva în articol, atribuirea tichiile ITtciită discret, fie sfârşitul frazelor. Dacă o singură sursit acoperit cea mai mare parte articolului, nu este nevoie ca sursa să fie repetaţii mai mult dectl cânte strict necesar. Totuşi, toate declaraţiile din articol, în cazul în care nu intră în categoria excepţiilor de mai sus, trebuie să fie atribuite. Acca Ma nu înseamnă fiecare propoziţie, pentru că de obicei este posibil să hurii articolul în aşa fel încât să reiasă clar că anumite informaţii au accoitf I sursă.

Începerea unui articol cu sursa

Există două situaţii în care un articol este înţeles mai bine de cititori dacă începe cu sursa. Ambele sunt „articole despre zvonuri” (adicil nimic nu s-a întâmplat, doar că cineva a spus ceva). În primul că/, declaraţia/acuzaţia/aserţiunea a fost făcută de o figură atât de cunoscutH şi de importantă, încât identitatea sa ar trebui

cunoscută înainte de a dezvălui ce s-a spus.

A doua situaţie se referă la formularea unei acuzaţii sau aserţiuni extrem de controversate, adesea de natură personală. Spre exemplu, ar fi absurd să citim o ştire care să înceapă astfel: „Preşedintele Bogdorov al Ruritaniei a ucis mulţi dintre bătrânii ţării sale cu noua sa politică în domeniul sănătăţii, spune liderul opoziţiei, Iuri Snikerov”. Mult mai bine este să scrieţi: „Liderul opoziţiei din Ruritania, Iuri Snikerov, l-u acuzat pe preşedintele Bogdorov că a ucis...”. Aparent, primă este o declaraţie sau o realitate, urmată de o sursă; a doua variantă clarifică faptul că este vorba despre o acuzaţie şi, având în vedere din partea cui vine, cu siguranţă una foarte clar motivată.

Descrierea

Descrierea sau culoarea, cum mai este numită câteodată, ar trebui să facă parte din majoritatea articolelor. Este uşor să fiţi atât de absorbit de relatarea faptelor nude, încât să uitaţi să descrieţi pe cineva sau un anumit loc care constituie un clement central în articol. Chiar dacă o vorbii numai despic elleva Îiü/e caic să le ofere cititorilor cea mai olotitifliarH imagine a unei clădiri sau a unei persoane, merită să le kerleţi. Descrierile, Tic ele scurte remarci sau pasaje întregi, adaugă Informaţie şi îi ajută pe cititori să-şi imagineze mai bine ce s-a întâmplat, i ni şi unde.

Dumneavoastră sunteţi urechile, ochii şi nasul cititorilor. Aproape în Keearc zi vă întâlniţi

cu oameni şi vedeţi lucruri pe care cititorii nu le vur întâlni niciodată. Dacă nu le spuneţi ce sunt aceste lucruri, nu o vor) i\niciodată. Dacă, de pildă, intervievaţi un cunoscut om politic, cititorii vor dori să ştie cum este biroul său. Este mare sau surprinzător de modest? Cum e decorat? Există anumite obiecte personale interesante? Liste nervos sau calm? Cum pare să-i trateze pe cei care lucrează pentru el?

Nu vă puteţi baza pe o fotografie din ziar, care să facă aceste lucruri în locul dumneavoastră. Trebuie să redaţi întreaga imagine, oricât de succint aţi face-o. Cuvintele pot descrie lucruri pe care pozele nu le pot surprinde. Descrierea dă viaţă articolului, îi duce pe cititori acolo undenţi fost şi dumneavoastră şi evocă atmosfera. Poate aduce savoare în cea mai aridă şi mai stearpă ştire şi poate face diferenţa între un reportaj care satisface şi unul care nu reuşeşte acest lucru. Atâta vreme cât nu uitaţi că descrierea îşi are locul său în articol pentru a-i ajuta pe cititori să înţeleagă, şi nu pentru a vă furniza dumneavoastră prilejul de a vă expune cuvintele şi expresiile nou învăţate, va aduce un plus de claritate şi nu va fi un obstacol în calea ei. Iată câteva alte indicii.

Ceea ce vă este familiar poate să nu fie şi pentru cititori

De prea multe ori, jurnaliştii au impresia că cititorii au cunoştinţă despre oamenii, locurile şi evenimentele despre care scriu. Chiar şi zonele cele mai familiare pentru reporteri le pot fi străine

şi necunoscute cititorilor. Câţi dintre cititorii dumneavoastră, de exemplu, au fost în parlament? Au văzut, poate, llilliglll! Fugare la televizor, dar ştiu ci dacă clădirea parlamentului ONIU lupialnefil/iţa său rece? Sunt confortabile scaunele?

Ce tablouri stimă pe pereţi? Cum este atmosfera 7 Acestea vă ajută sli I duceţi pe cititori la faţa locului.

Evitaţi pasajele descriptive lungi

Exceptând cazul în care scopul principal al unui material este de a fi descriptiv, cel mai bine este ca elementele de culoare să fie dozate II) porţii mici, servite ici şi colo, nu în pasaje lungi, nesegmentate. Le puteţi spune cititorilor o mulţime de lucruri într-o serie de mici fragmente separate, remarci făcute în trecere şi propoziţii subordonate. Lucrul de care trebuie să aveţi grijă este locul unde le plasaţi. Faptul că persoani) pe care o citaţi este roşcată şi colecţionează timbre este demn de a fi menţionat undeva, dar probabil nu în lead sau imediat după ce a făcut o declaraţie în care cere demisia guvernului.

Cheia este relevanţa. Introduceţi descrierea acolo unde ajută, nu acolo unde nu-şi are locul. Este de preferat ca descrierile mai detaliuto ale unei anume persoane sau ale unui anumit loc să fie totuşi plasate într-un singur pasaj al articolului, şi nu presărate peste tot. Este iritant să citeşti un material în care, de fiecare dată când e menţionat un nume, ţi se mai aruncă un pasaj descriptiv în legătură cu persoana respectivă, Exemplul de mai

jos, preluat din proza lui Kingsley Amis, arată cât de iritant este procedeul numit în SUA „strangularea şarpelui”:

Britanicul Chris Mankiewitz, în vârstă de 26 de ani, a fost desemnat lider al echipei de fotbal britanice în partida de lună viitoare împotrivit Ruritanei.

Tată a doi copii, născut la Varşovia, el ne-a declarat la locuinţa su proaspăt renovată din Deptford, în valoare de 150.000 de lire: „Soţia mea, Samantha, care are 24 de ani, şi cu mine suntem extrem de fericiţi de această veste”.

Succesul a venit exact la timp pentru fostul campion de lupte, purtător de perciuni, vedetă a mijlocaşilor accidentaţi din echipa Claptou Occident.

Extrem de des fotografiatul expert în pălării şi şofer împătimit, îndrăgostii de maşinile sport, figură familiarii localnicilor, în automobilul său llalberstadt D-Vii roşu-sângerlu.

Daţi viaţă personajelor pe care le aduceţi în atenţia cititorilor

Chiar şi cea mai mică informaţie despre cineva este de ajutor pentru cititori, în definitiv, un nume nu spune prea multe despre cineva, în afară de sexul persoanei respective. Vârsta ajută, ca şi detaliile privind înfăţişarea, conduita şi aşa mai departe – acolo unde este relevant. Ideea e că în text trebuie inclus orice îi ajută pe cititori să înţeleagă mai bine.

Fiţi exact

Precizia, în general, a fost tratată în capitolul despre stilul jurnalistic, dar regulile ei se aplică în special descrierii. Evitaţi adjectivele şi descrierile vagi şi subiective. A scrie că un birou este „impunător” spune ceva, dar nu foarte mult. Mult mai bine e să scrieţi că este atât de mare, încât ai putea parca două maşini înăuntru şi că are un covor roşu de pluş, un birou nou, negru, cu ornamente de alamă, şi că ferestrele oferă o panoramă largă asupra capitalei. Aceste amănunte ajută la formarea unei imagini mai complete. Aplicaţi acelaşi tratament şi persoanelor. Evitaţi cuvinte ca atrăgător, frumos, arătos, drăguţ, impresionant. Mai bine descrieţi culoarea părului, cum sunt îmbrăcaţi oamenii, ce înălţime au.

Precizia este, de asemenea, cea mai bună raţiune de utilizare a adjectivelor – pentru a determina substantivele, astfel încât ele să ofere un plus de informaţie. Folosirea lor pentru a încerca să dăm greutate va degrada impactul şi va conduce la exces de cuvinte. Scrierea descriptivă înseamnă găsirea unei modalităţi de a da viaţă lucrurilor, nu presărarea la întâmplare a unor adjective prin articol.

Atenţie la comparaţii

A scrie că un lucru este „ca…” merge numai dacă îţi alegi o comparaţie care chiar se potriveşte şi e originală. Exagerările, cu excepţia cazului în care sunteţi seriilor umorisi, sunt imediat identificate ca atare şi orice expresie obosim, orice cilycu va fi fără impact asupra cititorilor, lată, la

I malul acestor scurte observaţii, uti exemplu aproape perfect de comparaţitf originală. Autorul este Floyd Gibbons de ht Chicago Tribune, prinilll reporter care a scris despre consecinţele foametei din Uniunea SovietloH din 1921:

Un băiat de 12 ani, cu faţa unui bărbat de 60, căra un copil de şaua luni înfăşurat în câteva blănuri mizere. Depuse copilul sub un camion, se târî după el şi scoase din buzunar nişte capete uscate de peşte,) o care le mestecă cu lăcomie şi apoi, Îipindu-şi buzele de cele ale bebo» laşului, transferă pasta albă şi lipicioasă de solzi şi oase pe jumătate* mestecate în gura micuţului, aşa cum o pasăre îşi hrăneşte puii.

Formaţi-vă ochiul pentru a surprinde detaliul

Lucrurile minore sunt, adesea, şi cele mai elocvente – mici detalii sau momente dintr-o scenă care pot fi descrise şi folosite pentru a puncta un întreg subiect sau eveniment. Formaţi-vă ochiul pentru detaliu şi învăţaţi să vă concentraţi pe asemenea lucruri şi să faceţi o descriere a lor pentru cititori. Este o tehnică foarte eficientă atunci când aţi primit sarcina de a scrie un material de atmosferă despre un eveniment important. Dar detaliul poate fi folosit cu mare efect în toate tipurile de articole, când observaţi un lucru minor ce pare semnificativ. Nu trebulo să vă îndreptăţi toată atenţia asupra lui sau să daţi detaliului semnificaţii simbolice imense, a căror greutate s-ar putea să nu o suporte. Asemenea rânduri sunt adesea mai puternice atunci când sunt scrise simplu şi clar, iară un efort de

elaborare ulterioară.

Curzio Malaparte a relatat bătălia Leningradului pentru ziarul italian Carrière delia Sera. Unul dintre lucrurile care aveau să salveze în cele din urmă oraşul, după multă suferinţă, a fost „linia vieţii Lagoda”, convoaiele de hrană adusă pe lac, cu barca în timpul verii şi pe gheaţă iarna. În documentarea pe care a făcut-o, Malaparte a mers pe lacul îngheţat:

Sub încălţări, imprimat în gheaţă ca într-un cristal transparent, era un şir de frumoase feţe umane, un şir de măşti de gheaţă ca o icoană bizantinii. Se uitau la mine, mă fixau cu privirea. Buzele erau înguste şi palide, plinii huiţi, unsurile ascuţite, ochii mari şi foarte limpezi. Bnm imaginile soldaţilor sovietici care căzuseră în încercarea de a traversa lacul. Bietele lor trupuri, încarcerate de gheaţă întreaga iarnă, fuseseră luate de primii curenţi ai primăverii. Dar feţele lor rămăseseră imprimate în cristalul pur, verde-albăstriu.

Acest detaliu, această imagine a feţelor rămâne întipărită în mintea Cititorului la fel cum figurile acelor soldaţi erau încremenite în gheaţă. (Întâmplător, numele real al lui Malaparte era Kurt Suckert, iar tatăl său era german. Cu toate acestea, a luptat pentru Franţa şi Italia în primul război mondial, a fost decorat de ambele ţări şi, în 1933, a fost arestat pentru jurnalism antifascist şi închis timp de trei ani în insulele Lipari, lângă coasta Siciliei.)

În orice caz, dacă folosiţi amănunte,

asiguraţi-vă că le-aţi înregistrat corect. Un reporter ce relata despre un cutremur din America Centrală, dorind să arate care erau efectele sale asupra oamenilor, a scris despre cum văzuse familii înfometate mâncând şobolani. De fapt, mâncau porcuşori de Guineea, o delicatesă locală. Reporterul respectiv şi-a câştigat astfel porecla de Rat Man („Omul-şobolan”).

Folosiţi referinţe familiare

În toate formele de jurnalism, reporterii trebuie să-şi chinuie mereu mintea ca să ofere cititorilor informaţia într-un mod în care aceştia să o înţeleagă imediat. În descriere, aceasta presupune folosirea imaginilor şi comparaţiilor din viaţa cotidiană, şi nu a datelor care înseamnă prea puţin sau nimic pentru ei. Dacă o clădire are 15.000 de metri pătraţi, ar trebui să spuneţi acest lucru, dar apoi să adăugaţi că suprafaţa respectivă ar echivala cu cinci terenuri de tenis sau ceva de genul acesta. Dacă cineva a călătorit 13.000 km, spuneţi că aceasta e distanţa de la Londra la Tōkyō sau că este ca şi cum ai merge de zece ori pe ruta Londra-Aberdecn. Thlosiţi comparaţii la care oamenii să se poată raporta.

Coşul de Im în este totuşi cel mai bun prieten al scriitorului.

Isaac Singer

Capitolul 17

Folosirea citatelor

Jurnalismul înseamnă, de obicei, a spune „Lordul Jones a murit” oamenilor care nu au ştiut că acesta era în viaţă.

G.K. Chesterton

Vă voi dezvălui un secret al meseriei de jurnalist: nu puteţi fi arestat dacă aţi scris un articol fără citate. Ştiu că multor tineri jurnalişti li se spune contrariul, însă acesta este adevărul. Majoritatea articolelor câştigă de pe urma citatelor, însă lipsa lor nu e interzisă.

Insist asupra acestui fapt, deoarece citatele au devenit un soi de fetiş al multor editori, care au ajuns să creadă că în fiecare articol trebuie să existe citate presărate la intervale regulate, ca geamandurile ce marchează intrarea într-un port. În jurnalismul sportiv de largă circulaţie, această idee a fost dusă la extrem, iar aproape fiecare articol a devenit nu mai mult decât o serie de citate puse cap la cap şi unite între ele prin interjecţiile bizare ale reporterului. Încurajaţi, probabil, de concepţia că televiziunea îi scuteşte de relatarea evenimentelor, se mulţumesc să descrie reacţiile faţă de ceea ce s-a întâmplat. În munca lor, interviul de la finalul unui eveniment a devenit mai important decât evenimentul în sine.

Aceasta nu csic singura problemă legată de citate. Unii jurnalişti şi mulţi dintre cei caic predau cursuri de jurnalism consideră chestiunea folosirii cilnlolor o teribilii dilemă etică. Alţii au opinii foarte complexe despic imului tic ah Ihtlire a eilniclor sau despre utilizarea unor fragmente din ele. Inttl OIIQVM liulluitţii III legătură cu acest subiect.

Când apelăm la citate?

În general, trebuie să apelăm întotdeauna la

vorbirea indirectă pentru w prezenta informaţiile, iar citatele se folosesc pentru a conferi personalitate, relevanţă, autenticitate şi pentru a crea o schimbare de registru şi Ü0 ritm în cadrul naraţiunii. De asemenea, citatele mai pot fi utilizate pentru a reda cu exactitate un schimb de replici dintre intervievator tji intervievat, mai ales dacă doriţi să arătaţi ce anume a determinat o mărturisire neaşteptată, o declaraţie deosebit de dramatică sau pentru It evidenţia răspunsurile evazive. Totuşi, în mod normal, citatele ar trebui rezervate pentru a le permite oamenilor să comenteze – ori să-şi manifeste personalitatea – în legătură cu opiniile şi sentimentele lor. Ele nu trebuie folosite doar ca material de umplutură sau – în cel mai rău caz – ca substitute ale relatării. Nu uitaţi niciodată că puteţi scrie mult mai eficient decât vorbesc majoritatea oamenilor. De exemplu, în loc de „Un purtător de cuvânt al ONU a declarat: «Negăm cu tărie faptul că aceastit afirmaţie este sau a fost vreodată adevărată»”, scrieţi doar: „Un purtător de cuvânt al ONU a dezminţit afirmaţia”.

Acurateţea

La cele două extreme ale unei înşiruiri de cuvinte se află ghilimelele Acestea arată că în interiorul lor este reprodusă cuvânt cu cuvânt o declaraţie. Nu este o versiune editată a spuselor unei persoane, niciun rezumat sau o versiune modificată, nu reprezintă ceea ce a vrut să spună cineva sau ceea ce ar fi spus, dacă ar fi avut educaţia suficientă pentru a se exprima în fraze

atât de corecte din punct de vedere gramatical. Este o reproducere fidelă, cuvânt cu cuvânt, silabă cu silabă, a cuvintelor respective. Dacă nu, care ar mai fi rostul ghilimelelor de la capelele citatului?

Dacă nu dispuneţi de o transcriere exactă sau de o înregistrare ori dacă persoana pe care vreţi să o citaţi nu se exprimă într-un mod ce poate 11 reprodus în scris, atunci apelaţi la vorbirea indirectă, în afară de

CUZUL în care lipna de coerenţă a respectivilor trebuie să facă parte din Hlticol. În neeaslW slliiaţic, folosiţi citatul reprodus exact, redând fiecare propoziţie neterminată, fiecare dezacord gramatical şi cuvintele folosite greşit.

Pauzele şi ezitările

Respectul faţă de acurateţea spuselor plasate între ghilimele nu înseamnă, în mod normal, şi reproducerea cu solemnitate a fiecărei ezitări, bâlbâieli şi dregeri a glasului. În majoritatea situaţiilor, reporterii le elimină – fie când iau notiţe, fie când scriu articolul. Uneori însă, când redactaţi articole, reportaje sau ştiri în care atmosfera e importantă, este necesară redarea tuturor imperfecţiunilor discursului şi a citatelor complete. Un astfel de exemplu îl constituie un articol în care ezitările şi nesiguranţa persoanei citate reprezintă un element relevant. Perceperea diferenţelor dintre o relevanţă de acest gen şi o exactitate nejustificată este o chestiune care necesită experienţă.

Greşelile gramaticale

Unele ziare, ca, de exemplu, The Philadelphia

Inquirer, permit corectarea micilor greşeli de gramatică din citate, atât pentru a elimina confuziile, cât şi pentru a nu face de râs vorbitorul. Nu aş merge atât de departe. Scopul meu nu este să ascund defectele surselor, ci să respect principiile acurateţei şi clarităţii. Aceasta înseamnă folosirea vorbirii indirecte pentru a reda o imagine precisă a evenimentelor sau a interpretărilor şi apelarea la citate – dacă sunt relevante – pentru a sugera vocea autentică a celor implicaţi în evenimente.

La urma urmei, dacă o persoană face greşeli gramaticale, asta este. Iar dacă redarea exactă a citatelor o face să pară stupidă, cu atât mai răul>pentru ea. Mulţi jurnalişti din domeniul politicii „perie” declaraţiile k) liticienilor, considerând că face parte din meseria lor să transforme bâlbâiclile neiirtloulltlo ale politicienilor în propoziţii clare, echilibrate. Nu este aşa, tu pl, unul rând, eliminarea greşelilor din citate duce la crearea unei impresii false. În al doilea rând, daci politicienii respectivi nu se pot exprima corect în propria limbă, e de datoria noastră HÜ aducem acest fapt la cunoştinţa publicului. Acesta poate decide apoi dacă îi va mai acorda votul.

Problemă reală legată de corectarea de către reporteri a greşelilor gramaticale din afirmaţiile surselor este că ei tind să acţioneze – Min să-şi dea seama – în mod diferenţiat, corectând citatele provenite de lit oficialităţi şi de la persoanele educate, însă lăsând nemodificate afirmaţille

oamenilor de rând. Conştientizaţi această discriminare şi nu procedilţi, astfel. Nu corectaţi afirmaţiile nimănui.

Incoerenţa şi fragmentarea

Incoerenţa este mult mai importantă decât micile greşeli gramaticale. Aici sunt implicate două chestiuni, iar prima dintre ele e claritatea Meseria dumneavoastră este să aflaţi ce se petrece, iar dacă persoana cu care vorbiţi nu poate oferi un răspuns clar sau comprehensibil, găsiţi pe altcineva în măsură să facă acest lucru. Dacă declaraţiile lor sunt alambicate şi confuze, dar le puteţi discerne sensul, apelaţi la vorbirea indirectă.

Uneori, dacă sursă este o persoană cu o funcţie importantă, Iar afirmaţiile sale incoerente sau neclare reprezintă o parte legitimă îl ştirii, merită să apelaţi la citat. Iată un exemplu dintr-o conferinţă de presă la Casa Albă, susţinută de Ron Ziegler, secretarul de presă al preşedintelui american Richard Nixon, în 1974. Fusese întrebat dacă anumite benzi care puteau conţine fragmente de conversaţie în care preşedintele discuta despre acţiuni ilegale mai erau încă intacte. Întrebarea părea a cere un răspuns direct, „da” sau „nu”. În loc să procedeze în consecinţă, Ziegler a dat următoarea replică:

Aş crede că majoritatea conversaţiilor care au avut loc în acele zone ale Casei Albe unde există un sistem de înregistrare ar trebui să fie, aproape în întregime, încă existente, dar procurorul special, tribunalul şi, cred eu, poporul american

sunt suficient de familiarizaţi cu sistemul de înregistrare că să ştie unde au existat aparate de înregistrat şi ca să cunoască situaţia în ceea ce priveşte procesul de înregistrare, dar, cred OU, duyl ploiosul nu a fost încă luat în discuţie în prepararea materialului ce iumca/fi a li supus deciziei Curţii, în realitate, ceea ce este răspunsul la această întrebare.

Dacă incoerenţa este un obicei, poate deveni ea însăşi subiectul unui înlicol. În definitiv, incoerenţa repetată reprezintă fie un indiciu al neputinţei de a gândi clar, fie intenţia de a ascunde ceva, fie abuzul de anumite substanţe ori toate trei la un loc.

Vorbirea în dialect

Acesta poate fi un aspect foarte delicat. Toate grupurile sociale, fie ele n subcultură promovată în mod conştient, un grup de entuziaşti ai unei anumite activităţi, o grupare etnică sau persoane cu aceeaşi ocupaţie, au un limbaj sau un dialect propriu. Unii folosesc acest dialect doar când vorlese cu alţi membri ai comunităţii respective, alţii îl utilizează indiferent de interlocutor. În multe situaţii, reproducerea exactă a cuvintelor unei persoane nu pune mari probleme. Dacă un fotbalist declară: M-AM fost jefuiţi la sânge”, în cadrul unui buletin de ştiri TV difuzat al o oră târzie, este o afirmaţie autentică şi toată lumea o înţelege. Însă redarea sa într-un ziar de a doua zi, sub forma: „Am fost jefuiţi de o victorie meritată” e greşită şi nu păcăleşte pe nimeni.

Problema se pune în cazurile în care dialectul

nu este lesne de înţeles. Echivalaţi sensul, pentru a-l clarifica, sau păstraţi cuvintele autentice şi induceţi în eroare o mare parte dintre cititori? Aceasta este, probabil, cea mai dificilă controversă referitoare la autenticitate versus claritate, în special dacă sunt implicate grupuri etnice. În ultimii ani, indienii eschimoşi au obiectat faţă de un ziar din Alaska ce transpusese declaraţiile lor în limba engleză standard, cenzurându-le modalitatea autentică de exprimare. Pe de altă parte, în Florida, The Sankt Petersburg Times a fost acuzai pentru redarea exactă a declaraţiilor argotice ale unui atlet negru. Atletul a fost mulţumit, însă cititorii negri au considerat că ziarul a pus lllir o lumină ridicolă afirmaţiile sale.

Strategia meu m³ bn/ea/ţţ pe precauţie, iar dacă un dialect nu este inteligibil pentru toţi cilltnill, apele/la vorbirea indirectă în paginile de ştiri, dar îmi asum libertatea de a folosi cittito autentice în paginile III reportaje sau de articole specializate, mai ales la cele de dimensiuni mari. Nu mi se pare că se comite vreo nedreptate. Dacă utilizaţi clUÜQ lungi, în dialect, asiguraţi-vă că aveţi notiţe sau o înregistrare fidelă. Nil trebuie să lăsaţi loc greşelilor.

Eficienţa

Scurtaţi citatele, evidenţiind omisiunile

Există un singur mod onest, sigur de a scurta citatele, şi anume prill omiterea unor fraze sau propoziţii, însă trebuie să folosiţi punctele (1 (1 suspensie pentru a indica acest lucru. De exemplu,

„Mi se pare scandalOH că ni se cere acest lucru… Nu intenţionăm să cedăm. Vom lupta până la capăt”. Nu eliminaţi niciodată cuvintele de prisos, unind restul, ca cum ar fi fost o declaraţie continuă. Dacă nici astfel nu puteţi obţine concizia urmărită, apelaţi la vorbirea indirectă.

Folosirea fragmentelor din citate

Este practică de a nu cita propoziţii, ci sintagme sau chiar numai unclo cuvinte. În Troublesome Words, Bill Bryson citează următoarele dotiH exemple:

El a afirmat că profiturile din a doua jumătate vor fi „bune”… singurătatea era o „trăsătură” a vieţii lui Hinckley…

În aceste cazuri, problema o reprezintă folosirea ghilimelelor pentru a reda un cuvânt foarte obişnuit şi previzibil. Faptul sugerează fi o dificultatea reporterului de à lua notiţe – el nereuşind să noteze deelt câte un cuvânt dintr-o frază, fie că autorul doreşte să semnaleze o notă de scepticism legată de cuvântul citat. Impresia pe care o lasă primul exemplu este că eficienţa rezultatelor e asociată cu un lucru nu tocmai corect sau onest. Al doilea exemplu dezvăluie ironie sau chiar lipsă de

Încredere în adil Nit nu-i hol. Iu concluzie, apelaţi la citarea cele unui OUV tnt sau a unei sintagme numai când acestea sunt foarte accentuate, ca în exemplul:

El a afirmat că profiturile din a doua jumătate vor fi „senzaţionale”.

Hau:

El a afirmat că profiturile din a doua jumătate „nu merită să fie menţionate”.

Atribuirea citatelor

„A afirmat 9, „a susţinut” sau „a comentat”?

În ceea ce priveşte verbul care leagă numele persoanei citate de cuvintele sale, mulţi reporteri consideră că a spune poate fi înlocuit în mod frecvent cu sinonime de genul a comenta, a susţine, a afirma etc. Nu e nimic greşit, în cazul în care cuvintele reproduse reprezintă într-adevăr un fapt susţinut, un comentariu sau o afirmaţie. Însă a scrie că:

„Apoi câinele meu s-a repezit către hoţ”, a comentat domnul Black.

C stupid, deoarece domnul Black nu face un comentariu, ci afirmă un adevăr. Folosirea lui a susţine, în acest caz, ar fi şi mai nepotrivită, pentru că ar sugera că vorbele domnului Black trebuie considerate drept o declaraţie a cărei justeţe poate fi pusă sub semnul întrebării sau care ulterior e posibil să se dovedească falsă. Şi mai problematice sunt cuvintele care implică un sens peiorativ, ca, de exemplu, a recunoaşte sau a mărturisi. A recunoaşte sugerează o informaţie nouă, cu conotaţii negative, o chestiune pe care persoana respectivă ar fi preferat să nu o dezvăluie şi care nu a fost relevată în cadrul unor interogaţii insistente sau în alte circumstanţe constrângătoare.

La fel de riscantă este şi substituirea unor cuvinte care au un anumit sens şi, prin urmare, nu pot şi folosite ca sinonime pentru a spune.

Folosirea lui a declam duce adesea la greşeli, ca în exemplul următor:

„Am 24 de ani”, a declarat ea.

Poate că a spus „Am 24 de ani”, dar dacă „a declarat” acest luciu înseamnă că a emis cuvintele cu câţiva decibeli mai sus decât normalul, de parcă s-ar fi aflat pe un acoperiş. Această nuanţă – care implică fii că este mândră de vârsta ei până la excentricitate, fie că vârsta a ditl naştere unei controverse, iar ea doreşte să clarifice lucrurile în nuni public – conferă un înţeles cu totul diferit faţă de simpla afirmare.

„A spus” versus „spune”.

Aceste cuvinte nu sunt perfect echivalente, cum ar putea crede mulţi, ei au funcţii diferite. A spus se foloseşte pentru o afirmaţie deosebită:

„Am fost uimiţi că anul acesta am avut două Crăciunuri”, a spun doamna Brown.

Iar spune se foloseşte în cazul unei afirmaţii generale, de exemplu;

„Crăciunul se sărbătoreşte o singură dată într-un an”, spune doamna Brown.

Inversarea propoziţiilor

Unii reporteri consideră că scrisul lor câştiga în varietate dacă inverscazll propoziţiile după bunul lor plac. Procedeul este ciudat de frecvent în cazul citatelor:

Spune domnul Smith: „Sunt cel mai fericit om din Londra”.

După cum a arătat Keith Waterhousc în Waterhouse on Newspaper Style, acest stil a devenit atât de frecvent în revista Time, încât New

Yorker a comentat: „Invers curg propoziţiile până ce ameţită este mintea”.

Inventarea citatelor

Inventarea citatelor pornind de la un singur cuvânt

Mai există o practică periculoasă în ceea ce priveşte citarea, şi anume obiceiul unor reporteri de a formula declaraţiile unor persoane, de a obţine un „da” sau o încuviinţare din cap şi apoi de a pune declaraţia respectivă între ghilimele, ca şi când ar fi fost cuvintele intervievatului. Spre exemplu: „Aţi încredinţat vreodată presei dosare din biroul cabinetului? Iar dacă subiectul răspunde că nu, reporterul scrie în articol: „EU a afirmat apoi: «Nu am încredinţat niciodată presei dosare din biroul cabinetului»”. Sau, chiar mai grav: „«Dacă am încredinţat vreodată presei dosare din biroul cabinetului? Niciodată»”. Astfel de dialoguri trebuie redate în stilul citatului indirect, specificându-se clar întrebarea şi modul în care s-a răspuns.

Nu inventaţi citate pentru a proteja o sursă

Încercarea de a ascunde identitatea surselor articolelor prin falsa afirmaţie că au refuzat să stea de vorbă cu reporterii este un obicei prost adoptat de cei lipsiţi de experienţă. Şi mai greşită este citarea unor false afirmaţii ale acestora, de genul: „Nu comentez”. În primul rând, nu este adevărat. În al doilea rând, dacă identitatea sursei va ieşi la iveală la un moment dat, se poate dovedi că măcar o parte a articolului a indus în eroare.

Afirmaţii interceptate pe stradă

Inventarea citatelor ar trebui să fie tot atât de contraindicată ca şi iiilroducerea degetelor ude în priză. Dar unii reporteri par să creadă că greşelile evideiile ale acestei practici sunt anulate oarecum atunci când este vorba despic vreun articol care include sau este împrospătat prin ciicva cuvmir culo No de la cetăţeni. Incorectitudinea acestui procedeu este ultimul dintre argumentele care nr. JtiNillkii evitarea lut. Tu primul rând, imaginaţia nici unui reporter nu vu ofţnin vocea publicului, bi/iult şi adesea plină de un comic involuntar, în al doilea rând, acei repöflOA care se pretează la aşa ceva, specializându-se în umplerea spaţiilor goillQ cu detalii „auzite în metrou”, nu ştiu mai multe despre modul în cûfô vorbesc oamenii în realitate decât cineva care este surd din naştoro» Replica normală pentru asemenea reporteri „inventivi” este că ar trebui să scrie ficţiune. De fapt, n-ar trebui să facă nici asta. Ideal ar fi să nil scrie nimic.

Toate ziarele de succes sunt mereu cârcotaşe şi agresive. Nu apără po nimeni şi nimic dacă nu sunt nevoite; iar dacă li se impune să fac H acest lucru, rezolvă problema denunţând altceva sau pe altcineva.

H.L. Mencken, 1919

Capitolul 18

Moduri diferite de redactare a unui articol

Jurnalistul este o persoană care munceşte mai mult decât oricare altă persoană leneşă din lume.

Anonim

Creştinii din Evul Mediu aveau credinţa că persoanele condamnate să ajungă în iad trebuiau să îndure pedeapsa veşnică a alternanţei arşiţei intense cu frigul teribil. Acest lucru i-a neliniştit profund pe teologi. Dacă era aşa* se întrebau ei, însemna că oamenii răi şi blestemaţi aveau parte de un moment sublim atunci când frigul se transforma în arşiţă? Aveau parte, oare, acele suflete pierdute de un moment trecător de extaz? Şi dacă acest moment exista, unde era, atunci, pedeapsa?

Dispute similare, exagerat de subtile, au loc între jurnalişti în ceea ce priveşte distincţia dintre ştiri şi features. Mulţi jurnalişti consideră că articolele de ştiri sunt întotdeauna aride, reci şi impersonale, în timp ce articolele tip feature sunt mai degrabă pline de spirit şi libere de canoane. Ei consideră că reporterul este un colecţionar serios de „fapte”, iar scriitorul de feature o persoană mereu în căutarea frazelor frumoase care îl scutesc de oboseala unei cercetări jurnalistice prea aprofundate.

Cele două extreme – de exemplu, între un articol despre 68 de morţi într-un incendiu, pe de o parte, şi o rubrică de grădinărit, pe de alta – sunt imposibil de confundat. Primul este o ştire, iar celălalt, în mod clar, un feature. Dai între aceste două qttreme se află marea majoritate a articolelor, im llliroluircii este în ce punct se transformă o ştire într-un feature9} AIU lltil Ollul llllige o anumită lungime? Atunci când lipsesc o suinii de fapte? Atunci când este vorba despre

mumiile subiecte cine prezintă un mare interes pentru oameni, precum stiluri de viaţă sâni relaţii interpersonale? Când nu sunt prezentate informaţii noi în arilco» lele în care ştirile sunt dispuse într-o structură piramidală?

Adevărul este că încercarea de a diferenţia ştirile de articolele de tip feature nu duce la rezultate concludente. În realitate, este o Strategie dăunătoare; generează judecăţi limitate, care pot restrânge relataroft ştirilor la subiecte convenţionale şi situează redactarea între marginile strâmte ale unei formule. În cazul articolelor de tip feature, aceastll abordare încurajează ideea insidioasă conform căreia nu se aplică standardele normale ale preciziei şi documentării atente şi că acestea pot avea o valoare informaţională mai redusă, identificată imediat datoriţii lipsei majusculelor. Desigur, şi reciproca este valabilă. Cele mai multă pagini de ştiri ar putea beneficia de mai multă aventură şi de o abordare mai flexibilă a subiectelor. În mod similar, aceste pagini au nevoie de o documentare mai aprofundată şi de o mai mare incisivitate, aşa cum sunt ele impuse paginilor de ştiri de calitate. Nu ar trebui să existe o disparitate efectivă între ştiri şifeatures. Mai bine să le numim generic gazetărie.

Diverse abordări

După ce aţi scăpat de prejudecăţi, vă puteţi da seama că există infinite modalităţi de a scrie, de a dezvolta sau de a redacta o continuare a unui articol (fie că apare pe pagina de ştiri sau pe cea

dedicată articolelor de tip feature). Unele dintre aceste abordări sunt relativ comune, altele nu. Unele îşi au locul pe coloane sau în chenare, altele reprezintă fragmente separate care stau alături de partea principală a articolului, altele pot apărea în paginile de comentarii, de articole de tip feature sau în paginile de analiză. Folosite judicios, toate pot contribui la creşterea variaţiei şi la animarea păgânilor.

Articolul de atmosferă

Reprezintă un articol ce descrie o scenă sau un eveniment care face lumină asupra unora dintre teme sau unora dintre persoanele implicate în evenimentul principal. Considerate adesea de jurnalişti un camuflaj eficient pentru propriile opinii, articolele de atmosferă sunt cele mai bune atunci când menţin un ton descriptiv. Cele mai relevante se concentrează asupra unor amănunte, pe care le folosesc pentru a simboliza o stare de fapt mai cuprinzătoare. Totuşi, efectul acestei tehnici poate fi distrus dacă se apelează la analogii forţate. De obicei, cea mai bună strategie este prezentarea detaliilor şi încrederea în capacitatea cititorului de a recepta semnificaţiile.

Muscă de pe perete

Jurnalistul este pur şi simplu un observator, fără să pună întrebări, doar privind, înregistrând şi observând comportamentul, discursul şi interacţiunile subiectului (subiecţilor). Reportajul publicat va conţine, probabil, O mulţime de citate şi transcrieri ale dialogurilor dintre persoane. Acest tip de material este folosit, de regulă, în

cazul în care se relatează despre un loc sau o instituţie necunoscute pentru cititori.

În culise

Se aseamănă cu cel de mai sus, dar diferă prin faptul că este un articol mai degrabă explicativ decât de observaţie. Trebuie să descrieţi cum funcţionează lucrurile. Această abordare este adesea indicată în cazul subiectelor pe care cititorii le iau ca atare, dar despre care nu cunosc, în realitate, decât foarte puţin. De exemplu, cum este elaborat mersul trenurilor la nivel naţional? Cum funcţionează o agenţie de evaluare a celor care doresc sit obţină credite?

Deghizarea

Jurnalistul îşi asumă un rol, ca să observe reacţiile oamenilor. AcOAT lucru poate fi făcut din două motive. Primul, pentru amuzament, cum ttf şi să vă îmbrăcaţi în preot pentru a vedea cum influenţează acest luoni comportamentul oamenilor (un jurnalist londonez a procedat recoill astfel şi, pe lângă faptul că s-a plimbat pe străzi deghizat, a mai intrai l în baruri şi cluburi de noapte). În al doilea rând, procedeul poate fi aplicat într-un scop serios, cum ar fi să jucaţi rolul unei persoane fitrH locuinţă pentru a vedea cum sunteţi tratat. Cu câţiva ani în urmă, Uli reporter a călătorit prin Statele Unite pretinzând că este infectat cu HIV, cu scopul de a scrie despre felul cum influenţa acest lucru percepţillo oamenilor şi modul în care îl tratau când strecura acest „fapt M În conversaţie.

Portretul

De regulă, este un studiu asupra unei personalităţi centrale a poveştii, dar poate fi şi o descriere a unui loc, a unei organizaţii, religii etc. poate fi o relatare a unei întâlniri cu subiectul sau poate aduna mai multe puncte de vedere, oferind astfel informaţie de context.

Interviul

Poate fi redactat fie sub forma unei relatări, însoţit de elemente de context, de fundal şi de comentarii, fie ca o stenogramă, editată însă, a interviului. În al doilea caz, întrebările trebuie să fie nu prea lungi, frazate mai îngrijit că de obicei, iar cititorului trebuie să-i fie clar dacii anumite întrebări şi răspunsuri au fost editate, prin intermediul elipselor (...). Subiectul trebuie să vorbească bine şi interesant, iar dacă nu este aşa, nu are rost să se încerce repararea acestei deficienţe de către intervievator.

(ompletările

Simple liste de fapte asociale poveştii sau faze premergătoare evenimentului ce constituie subiectul principal. De obicei sunt evidenţiate prin buline sau ordonate cronologic, nu redactate sub forma unui text unitar.

Cronologia

Relatează derularea evenimentelor până în prezent, fiecare element fiind introdus prin data exactă, cu caractere îngroşate, urmată de descrierea stării de fapt de la momentul respectiv. Adesea, cel mai bun efect se obţine prin redactarea într-un limbaj abreviat, prin eliminarea articolelor etc.

Un istoric al…

Acest tip de articol este cel mai potrivit când evenimentul este în desfăşurare de multă vreme şi, brusc, prin evoluţii de ultimă oră, se relansează. Se poate aplica şi în cazul subiectelor familiare, a căror istorie nu este cunoscută publicului larg. Funcţionează cel mai bine atunci când reprezintă un istoric real, şi nu un simplu rezumat al evoluţiei evenimentelor din ultimii ani.

Texte complete

Când articolul tratează un discurs, o declaraţie sau un document important, merită să vă gândiţi dacă nu ar fi util să publicaţi întregul text.

Propria mărturie

Experienţele personale relatate de jurnalist după intervievarea unui subiect sau chiar de subiect. A doua metodă e întotdeauna mai bună, pentru că aduce ItOUIO şi-l tonurile necizelate şi oneste ale unui personaj real, spre deimehhelielia/ele prelucrate ale gazetarilor.

Notele documentare

Este un articol care explică evoluţia recentă a chestiunilor sau a temelor din centrul articolului. Creează impresia că această evoluţie face pariu dintr-un proces continuu şi că nu se desfăşoară la voia întâmpifirll, Redactarea unor asemenea articole este adesea o lecţie despre informaţiile care ar trebui incluse în mod obişnuit, într-o formă prescurtată, în toate tipurile de articole.

Vox pop-urilelopiniile cetăţenilor

Scurte citate de la persoane cărora le-aţi

telefonat sau pe care le-aţi oprii pe stradă, pentru a obţine reacţia lor în legătură cu subiectul. Adesea, strategia dă greş, deoarece întrebările sunt foarte previzibile (de exemplu, variaţii pe tema: „Sunteţi de acord cu crimele?”), prea facile pentru a obţine mai mult decât un răspuns monosilabic sau foarte prozaic. Puneţi întrebări care să incite la răspunsuri ce dezvăluie experienţe personale sau reacţii foarte individualizate. Nu reveniţi la redacţie până ce nu all obţinut o mare varietate de răspunsuri.

Părerea experţilor

Reprezintă acelaşi lucru ca mai sus, numai că persoanele intervievate sunt specialişti, şi nu doar simpli cetăţeni. Se aplică aceleaşi precauţii ca mai sus.

Sondajul de opinie

Un sondaj asupra opiniilor oamenilor, făcut de o instituţie de cercetare acreditată. Se poate ca sondajul să fie realizat şi de propria redacţie, dar nu e o idee bună. Rezultatele nu vor avea valoare ştiinţifică, deci vor fi nercicvante.

Recenzia

Aşa cum se pot recenza filmele, piesele de teatru sau maşinile no metoda poate fi extinsă şi în cazul altor subiecte* cum ar fi un în centru de sănătate, un muzeu, o casă memorială inaugurată tecent, i parc sau orice alt serviciu public. Abordarea poate fi optimizată dae vizitaţi instituţia respectivă împreună cu o persoană căreia i se adresca; serviciile respective (de exemplu, însoţirea unei persoane cu o situat

materială precară pentru a evalua un nou centru de binefacere) şi dae scrieţi articolul prin prisma experienţelor sale.

Nu mi se întâmpla niciodată să deschid un ziar fără să găsesc ceva i ar fi fost o pierdere pentru mine dacă n-aş fi aflat; întotdeaui ziarele mă instruiesc şi mă distrează.

Capitolul 19

Comentariul, între intenţie şi orice altceva

Un articol nu poate fi corect dacă reporterii îşi maschează parti-pris-urile sau sentimentele prin expresii peiorative subtile ca „fără valoare „în ciuda faptului", „să admitem" şi „important".

Ben Bradlee

Prin natura sa, jurnalismul este un proces subiectiv. Nu poate fi împiedicat să producă şi să proiecteze imagini ale realităţii, tot aşa cum vaca nu are cum să nu dea lapte. Prezent în articole cu intenţie sau fără, deschis sau mascat, comentariul este inevitabil. A nega acest lucru este echivalent cu a nega faptul că cerneala lasă urme pe hârtie.

În privinţa comentariului intenţionat (editorialele, articolele de fond), nimeni nu neagă acest fapt. La urma urmelor, un ziar fără articole de opinie ar fi ca un om fără personalitate. Problema apare atunci când comentariul este deghizat, mascat ca gazetărie obiectivă, prin adoptarea aceluiaşi ton şi aceloraşi maniere de abordare. Problema apare, de asemenea, atunci când comentariul se insinuează printre rândurile unui paragraf dintr-un articol de informare, infiltrându-se fără ca cititorul şi, câteodată, nici

autorul să-şi dea seama.

Comentariul devine aşadar o problemă numai atunci când nu este evident. Nu vom putea niciodată să eliminăm acest lucru, dar putem spera Să reducem fenomenul, căutându-l, studiindu-l, judecându-l şi încereârul să i rin iiimylt în ea Marc «Despre aceste lucruri, ca şi despre tipurile mai uuit ONOUU) tir uoiiiuuliiriii vorbeşte necst capitol.

Comentariul în articolele de informare

Există trei tipuri de comentariu în articolele de ştiri: deschis, maseat l accidental. Comentariul deschis este uşor de recunoscut de către cititorii reporterul exprimând judecăţi de valoare şi opinii într-un mod direct l deschis. Acest tip de comentariu este pur şi simplu interzis în paginile informative ale multor ziare din întreaga lume. Astfel, în Marea Britanlo şi Statele Unite, opinia în paginile informative este considerată o eroare atât de evidentă, încât multe manuale de jurnalism nu menţionează decât fugar acest lucru. Autorii sunt convinşi că niciun cititor nu va contesta că paginile de ştiri conţin informaţii redate cât mai direct posibil, iar comentariul îşi are locul în editoriale şi paginile de opinie.

În cele mai multe cazuri (de excepţii ne vom ocupa mai târziu), aşii şi este. Cititorii ştiu cum stau lucrurile şi sunt capabili să citească ştirile pornind de la ideea că ceea ce primesc reprezintă o încercare de a prezenta faptele, chiar dacă ea nu reuşeşte întotdeauna. Cum am remarcat în capitolul despre valoarea de informare, toată

lumea are opinii şi doar câţiva deţin informaţii la zi. Opinia există pe toate drumurile, informaţia reprezintă o raritate. Iată de ce informaţia este, invariabil, mai interesantă decât comentariul şi acesta este cu siguranţă motivul pentru care există un risc real de depreciere atunci când cele două sunt combinate. Pentru că, atunci când ele sunt amestecate, nucleul dur al informaţiei se contaminează şi astfel îşi pierde valoarea.

Dar există şi excepţii. Reporterului foarte experimentat care scrie despre un subiect pe care l-a urmărit vreme îndelungată trebuie să i se acorde libertatea de a exprima în articol judecăţi de valoare, informând astfel cititorul. Aceeaşi libertate trebuie acordată şi jurnaliştilor specializaţi sau corespondenţilor externi, care sunt la post de o lungă bucată de vreme. Comentariul lor nu trebuie să apară sub forma unor opinii exprimate în acompaniamentul tobelor de fanfară, de genul „Poate X să susţină acest lucru, dar iată ce cred cu ei sub forma unor digresiuni, scurte remarci de bun-simţ, care pun în context articolul său fragmente ale acestuia. Ele funcţionează cel mai bine sub formă de mici note sceptice, previziuni despre scenariile cele mai probabile, opinii legate de măsurile care ni iiebul adoptate etc., dispuse, de preferinţă, într-un mod diferit faţă de yilrlle obişnuite.

Asemenea comentarii trebuie folosite cu zgârcenie. Totuşi, ele pot fi introduse în text într-o cantitate mai mare decât se întâmpla în general. Deşi relatările convenţionale, ce redau numai

faptele, trebuie să constituie cea mai mare parte a articolelor de ştiri într-un ziar, alte forme, mai libere, de redare a informaţiei ar trebui folosite mai des, în special în articolele mai lungi, de sinteză. Având în vedere proliferarea canalelor TV şi a site-urilor de ştiri, astfel de comentarii vor constitui o parte tot mai importantă din conţinutul ziarelor. Este pur şi simplu ipocrit din partea ziarelor să respingă orice urmă de comentariu deschis, când alte forme de comentariu apar inevitabil în articolele de ştiri. Singura regulă care trebuie păstrată este: comentariul deschis trebuie să fie onest, identificat automat ca atare, şi nu ascuns sau deghizat.

Aspectul negativ al comentariului mascat şi accidental este caracterul lui clandestin. Diferenţa constă în faptul că un comentariu mascat este intenţionat, iar cel accidental nu. Dar amândouă duc la acelaşi rezultat, pe aceleaşi căi: ziarele – prin modul de prezentare, prin juxtapunerea elementelor şi prin selecţia subiectelor sau a limbajului titlurilor; reporterii – prin limbaj, prin materialul şi sursele pe care le folosesc sau le omit. În redactarea ştirilor, cel mai mare rol în apariţia comentariului mascat sau accidental îl au cuvintele cu încărcătură conotativă. Prin acestea înţelegem cuvintele cu sens peiorativ şi există nenumărate exemple în toate limbile. Iată două situaţii care pot fi date ca exemple în aproape orice limbă.

Atribuirea declaraţiilor

Cuvintele a zis şi a spus sunt verbe neutre.

Ne informează doar că frazele citate au fost pronunţate. Adesea, reporterii caută alternative, dar problema e că multe dintre aceste alternative nu sunt neutre. Cuvintele a mărturisit şi a recunoscut nu ne spun doar că o anume frază a fost spusă, ci comunică mai mult decât atât. Ele se referă fie la faptul că cineva a fost obligai să dezvăluie vreun amănunt până acum necunoscut, poate ciliar ruşillUNI He că persoana citată s-a decis, după o luptă cu propria conştiinţă, să spună totul. Aiuholo vai lltlllo mim destul de di în lin de a spus.

A admis implică, de asemenea, admiterea unei culpe, în timp ca şi susţinut, a pretins şi şi-a menţinut declaraţia înseamnă, şi ele, că autorul nu crede ceea ce s-a spus. În schimb, a subliniat, a accentuat şi o evidenţiat sugerează că autorul este de partea vorbitorului. În mod similar, dacă cineva dă explicaţii referitoare la unele acţiuni şi decizii pe care le-a luat, nu scrieţi fără a avea un motiv serios că a încercat să fi justifice acţiunile sau că le-a apărat. Aceste expresii ar fi potrivite numai dacă persoana respectivă ar fi fost criticată în prealabil sau dacii s-ar afla sub presiuni de altă natură pentru a da explicaţii.

O altă sursă de risc în cazul comentariului neintenţionat este începerea articolului cu formule ca: „Există temerea că…” sau „Există speranţu că…”, omiţând să se menţioneze cine are temeri şi speranţe. Nu este nicio greşeală dacă temerile sau speranţele sunt de aşa natură, încât pot fi împărtăşite de toată lumea, ca în exemplul:

„Creşte îngrijorarea pentru soarta a trei copii care nu au ajuns încă acasă după ce au participat, ieri, la o petrecere, la încheierea orelor de şcoală”. Dar când articolul sună astfel: „Au crescut speranţele că preţul aurului se va micşora”, este necesar să precizaţi ale cui speranţe. Producătorii de aur şi cei ale căror economii beneficiază de pe urma preţurilor mai mari în aur se vor îngrijora, în niciun caz nu vor prinde speranţe.

Politica

Descrierea pe scurt a vederilor şi poziţiei politice ale unei persoane dă naştere la tot felul de probleme. Termeni şi sintagme ca reformator, radical, adept al liniei durey reacţionar, moderat şi extremist sunt folosiţi mereu, ca şi când ar fi puncte fixe de referinţă, la fel ca şi etichetele de partid. Numai că nu sunt astfel. Aceşti termeni sunt în continuă mişcare şi, în cea mai mare parte, depind de poziţia de pe care sunt folosiţi. Şi sunt folosiţi în mod peiorativ. Cineva care nu este de acord cu dumneavoastră sau cu tendinţa majoritară e un „extremist”, termen ce poartă în sine toate implicaţiile de „exces” pe care le cunoaşte lumea. Niciodată să nu pierdeţi din vedere acel vechi adagiu care spune că un om considerat de cineva un luptător pentru libertate este considerat terorist de către altcineva.

ßxtală iiilfe alle expresii cu încărcătură de aceeaşi natură cu ecle menţionate mai sus, Utilizarea lor depinde, adesea, de prejudecăţile dumneavoastră, lie ele conştiente sau nu. O acţiune a autorităţilor împotriva unui anumit grup

de persoane este, în funcţie de punctul dumneavoastră de vedere, o „cruciadă” sau o „vânătoare de vrăjitoare”. Cel cu care sunteţi de acord fac „greşeli” sau „erori”, cei pe care îi combateţi comit „boacăne” sau „gafe”. Demonstranţii pe care îi dezaprobaţi sunt o „adunătură”, alţii constituie o „mulţime”. Iar oamenii pot fi „disidenţi” sau „golani” şi aşa mai departe.

Morală e că trebuie să vă alegeţi cuvintele cu mare grijă şi să fiţi întotdeauna conştient de conotaţiile lor. Cea mai nevinovată frază poate produce o impresie greşită. În Statele Unite şi în alte ţări, spre exemplu, dreptul la avort constituie o chestiune îndelung disputată. Dacă numiţi ceea ce creşte în trupul femeii un „copil nenăscut”, oricât de avansată ar fi gestaţia, vă plasaţi inconştient în tabăra celor ce ar dori interzicerea avortului. Dacă numiţi protagoniştii acestei lupte „activişti proavort”, ofensa este dublă. Pentru conformitate, „fetus avortat” şi „activişti pentru libertatea alegerii” sunt formulările care dau cea mai neutră descriere.

Marele Eu

Acest pronume personal este unul dintre cele mai controversate cuvinte în orice limbă. Unii jurnalişti vor merge până la extrem şi vor evita întotdeauna să-l utilizeze, apelând la variante ca „reporterul”, „corespondentul dumneavoastră” sau „reprezentantul ziarului”. Alţii îl vor folosi cu cea mai mică ocazie care li se oferă, făcând din aproape orice articol pe care îl scriu un exerciţiu

de vanitate informativă. Trebuie să existe o calc de mijloc, iar cea de preferat este mult mai aproape de modestie.

Totuşi, acesi lucru nu este întotdeauna lesne de făcut. În timp ce preşedintele John ţ Kennedy îşi concepea mesajul de investitură, unul dintre cele mai memorabile discursuri ale acestui secol, le-a spus consilierilor afli rit piouumcic personal va fi interzis. Uncie dintre cele mai strălucite creiere din America au elaborat mai multe variante llö discurs, dar pronumele eu tot a apărut de pai în ori.

Reporterii care scriu despre „marile subiecte" sunt cu precădere vulnerabili la tentaţiile persoanei întâi, având, probabil, impresia că cevă din importanţa evenimentului s-a lipit şi de ei. Apoi mai sunt aool jurnalişti care cred că propriile lor reacţii referitoare la subiect, cmo (lllo lor, faptele lor sunt atât de fascinante, încât trebuie să fie incluse la articol în mod frecvent. Aşa cum spune un personaj din piesa Night a-mi Day a dramaturgului britanic Tom Stoppard, „un corespondent extern este cineva care zboară din hotel în hotel şi crede că aspectul cel mai interesant la orice subiect este faptul că a ajuns el acolo ca să-l relateze".

Desigur, ca reporter, vedeţi lucruri, întâlniţi oameni, aveţi experienţe care sunt, prin definiţie, interesante – în definitiv, nu v-aţi afla acolo dacă acestea nu ar avea potenţialul de a fi ştiri. Dar ceea ce voit cititorul să afle este ce aţi văzut şi ce aţi descoperit, nu cum aţi văzuţit sau aţi aflat şi în

mod sigur nu ce aţi mâncat, băut sau simţit în timp ce aflaţi ştirea. Dacă există reguli în jurnalism, atunci aceasta este unii dintre ele, în afară de cazul în care sunteţi un ziarist cu faimă, care îşi câştigă banii scriind articole personalizate.

Pornind de la presupunerea că nu sunteţi aşa ceva, ar trebui să lăsaţi scrisul intens personalizat pentru când aveţi de relatat o experienţă absolut fascinantă (pentru cititori, nu pentru dumneavoastră şi familie), în orice carieră normală, asemenea ocazii vor fi puţine şi foarte îndepărtate unele de altele. Ca un exemplu, iată un fragment scris de George Orwell în timp ce relata despre războiul civil din Spania. Abordarea personalizată se justifică aici pentru că Orwell a avut o experienţă foarte neobişnuită, şi încă una interesantă pentru mulţi – a fost împuşcat. E un model de minimalizare a faptelor:

Eram de vreo zece zile pe front când s-a întâmplat. Întreaga experienţă de a fi lovit de un glonţ este foarte interesantă şi cred că merită descrisă în detaliu.

…Pe scurt, a fost senzaţia de a fi în centrul unei explozii. Mi-a părut ca un pocnet puternic, ca o explozie de lumină în jurul meu şi am simţit un şoc imens – nu durere, doar un şoc violent, precum cel provocat de un cablu electric; odată cu el, o senzaţie de slăbiciune totală, un seullniirul (În a li lovii şi redus la nimic. Pungile de nisip din faţa mea s-au Indepili l-ai la o distanţă Imensă, Cred că o senzaţie foarte asemănătoare ai dacă eşti lovit de fulger. Am ştiut imediat că am fost

atins, dar din cauza senzaţiei de pocnet şi explozie de lumină am crezut că o puşcă din apropiere se descărcase accidental şi mă lovise. Toate acestea s-au întâmplat într-un interval de timp mai mic de o secundă. În momentul următor, genunchii mi s-au frânt şi am căzut, capul lovindu-se de pământ cu un pocnet violent şi, spre uşurarea mea, nu a durut. Aveam o senzaţie de amorţire, de împietrire, conştiinţa faptului de a fi foarte grav rănit, dar fără durere în sensul obişnuit.

Corectitudinea politică

Linorm de multe s-au schimbat în ultima vreme în modul în care oamenii scriu şi gândesc despre diversele grupuri din societate: femei, negri, handicapaţi, homosexuali. Toate aceste grupuri erau – şi, adesea, încă mai sunt – privite cu superioritate, membrii lor fiind percepuţi şi trataţi drept cetăţeni de mâna a doua. Una dintre ţintele principale ale celor ce luptă împotriva acestui lucru a fost limbajul folosit în cazul lor. Deşi susţinătorii mai înfocaţi ai „corectitudinii politice” au furnizat majorităţii nenumărate motive de amuzament prin excesele lor, foarte puţini dintre noi ar dori să-şi amintească de vremurile în care, de exemplu, femeile erau numite „dame”, întotdeauna adăugându-se o scurtă observaţie, spunându-i-se cititorului dacă erau „drăguţe”, „vioaie” sau „atrăgătoare” şi ce culoare avea rochia pe care o purtau.

Corectitudinea politică este astăzi subiect de preocupare intensă în şcolile de jurnalism din multe părţi ale lumii. Un recent manual aloca mai

mult spaţiu explicaţiilor privind modul în care trebuie să se scrie despre handicapaţi decât valorii de informare. Aceasta este o prostie, deoarece pentru jurnalismul universal problema poate fi rezolvată prin următoarele trei principii generale:

nu menţionaţi rasa, sexul sau handicapul unei persoane decât în cazul în Dlire lire relevanţă directă asupra subiectului; nu aplicaţi, când sericii despre un anumit (trup din soeielalo, standarde diferite de cele pe care le-aţi aplica unui alt grup. Spre exemplu, nu descrieţi rochia şi coafura unei politiciene decât dacii arc relevanţă pentru articol sau are o valoare de informare cil atare. Întrebarca-test este: aţi descrie la fel înfăţişarea unul politician în aceeaşi situaţie?

fiţi exact şi nu folosiţi eufemisme. E la modă în unele ţări eu nevăzătorii să fie descrişi prin expresia persoane cu dificultăţi (fă vedere. Ei nu sunt astfel, sunt nevăzători. O persoană cu dificultăll de vedere poate vedea parţial şi de aceea e mai bine să fie numită persoană cu vedere parţială. Cel mai bine este să nu folosiţi niciun fel de expresii ambigue; fiţi exact. În loc de handicapai, termen faţă de care mulţi au obiecţii, spuneţi în ce constă de fapt handicapul – aceasta în cazul în care este relevant pentru articol.

Analiza

Orice articol de informare sau de tip feature de substanţă trebuie să conţină o anumită cantitate de analiză, fie intercalată în materialul principal, fie scrisă ca fragment separat. Dar

adesea un subiect este de o aşa natură sau importanţă, încât el cere un articol care nu e altceva decât analiză. Articolele de analiză disecă evenimentele, temele, problemele şi consecinţele în încercarea de a explica ce se întâmpla în prezent sau ce se va întâmpla în viitor. De asemenea, ele ar trebui să încerce să explice semnificaţia acestor evenimente şi contextul lor.

Astfel de articole nu trebuie să fie doar o serie de aserţiuni. Şi nici nu trebuie să fie ştiri vechi reîncălzite şi servite cu o garnitură de opinii. Ele trebuie să aducă indicii originale şi viziuni noi referitoare la subiect. Acestea pot fi ale dumneavoastră sau, de preferinţă, ale unor autorităţi şi experţi identificaţi ca atare în text. Accentul trebuie să cadă pe interpretare şi explicare. Această abordare poate fi aplicată şi altor tipuri de subiecte. Portretele unor figuri publice proeminente, de pildă, pot fi adesea o simplă reciclare superficială a unui material deja uzat. Dar ele pol constitui şi o încercare serioasă de a le aşeza vieţile într-un

COnll Xt, cu o di>< murul, ar detaliată în lei»; 1 (ina cu trecuiul şi munca lor. Vederile celor cu care au venit în contact pot fi adunate şi adăugate pentru a prezenta un portret complet.

Articolele de interpretare le sunt şi mai necesare cititorilor acum, când îi se oferă, constant, primele relatări ale evenimentelor de către televiziune şi radio. Pe lângă sarcina de a oferi relatări mai profunde, pe care mijloacele de comunicare electronice nu le pot produce, ziarele

ar trebui să explice semnificaţia evenimentelor şi consecinţele lor. Aceasta nu înseamnă vreo răstoacă tăcută a ziarului, unde comentatorii îşi sug degetul mare, rumegă şi, cum spunea jurnalistul american A.J. Liebling, „scriu ceea ce deduc a fi înţelesul a ceea ce nu au văzut”. Ideea este de a oferi noi înţelesuri şi viziuni – o nouă semnificaţie a lucrurilor.

Articolele de fond sau editorialele

Articolele serioase de opinie, ce se citesc cu interes şi au un ritm propriu şi o anumită autoritate, sunt foarte greu de scris. Prea des seriozitatea se transformă în solemnitate, autoritatea în pompă, iar subiectul este la fel de previzibil ca şi data zilei următoare. Asemenea articole au tot atâta prospeţime cât o pâine veche de o săptămână.

Există o convenţie aproape universală ca fiecare număr al unui ziar să aibă un articol care formulează punctul de vedere al publicaţiei asupra unei (unor) probleme. În ţările unde libertăţile elementare sunt ameninţate, editorialele pot fi o voce vibrantă în apărarea drepturilor individuale. Ele devin vocea poporului, avertizând regimurile la putere că sunt cu ochii pe ele şi li se opun. Ele îi sprijină şi îi inspiră pe cei care luptă pentru libertate şi dreptate.

În alte părţi, în condiţii mai confortabile, e discutabil dacă este un lucru bun să existe editoriale zilnice. Am participat la multe şedinţe redacţionale unde, ore întregi, căutam cu speranţă printre articolele recente un subiect orice subiect

– despre care ziarul să exprime un punct de vedere, Acele ceasornicelor înaintau cu hotărâre, până când, în cele din urmă, Ne efidea de acord asupra unui subiect (invariabil, unul dintre cele niiuohili1 În începutul şedinţei). Odată problema rezolvată pentru încă o zi, toată lumea rasul la uşuraţii. Cil excepţia bietului redactor însărcinat să scrie articolul. Mulţi dintre noi consideră că o o grea încercare să scrii un bun articol de opinie dacă nu ai o convingere sinceră legată de un anumit subiect. Fabricându-vă una. Produceţi un articol gol de conţinut şi nesincer; a încerca să scrii articolul fără A exprima o convingere produce ambiguitate său. Mai rău, o succesiunr de comentarii care spun că e prea devreme pentru a vă forma o părere despre această problemă – o dovadă clară că ziarul a ales subiectul nepotrivit sau autorul nepotrivit.

Marile ziare angajează în mod special experţi pentru a scrie editoriale şi nimic altceva. Această practică a dat naştere, la ziarul The Daily News din Chicago, uneia dintre cele mai bune farse jurnalistice. Se obişnuia ca, în mod regulat, grupuri de cititori să fie conduse prin birourile ziarului, cunoscut pentru înalta ţinută morală a editorialelor sale. Ştiind că un asemenea tur urma să aibă loc, un reporter pe nume Eugene Ficid» mai târziu cunoscut ca poet, a conceput un plan, împreună cu un membru al redacţiei care avea să fie ghidul cititorilor. Când matroanele bătoase ale oraşului au ajuns la uşa cu inscripţia „Editorialiste, ghidul a deschis-o pentru a dezvălui

privirilor o siluetă aşezată la un birou, compunând unul dintre pioasele editoriale ale ziarului. Era Field, neras, sumbru şi îmbrăcat în uniforma uşor de identificat a puşcăriaşilor, cu tot cu lanţ şi bilă de fier. „Ştiţi, este un deţinut cu certificat de bună purtare de la închisoarea statală, condamnat pentru crimă”, explică ghidul. „Directorul nostru, domnul Stone, gândeşte foarte economic, întotdeauna are în vedere cheltuielile ziarului. Şi-a folosit influenţa pentru a-l aduce pe acest tip de două ori pe săptămână. Un editorialist pe gratis, înţelegeţi? Nu ne costă un cent”.

Totuşi, dacă sunteţi un membru oarecare al redacţiei şi aţi primit sarcina de a scrie un editorial despre ceva în legătură cu care nu aveţi convingeri ferme, există două opţiuni. Fie să vorbiţi cu experţi din interiorul şi din afara redacţiei şi să adunaţi puncte de vedere solide, fie să vă retrageţi într-un colţ întunecat şi să produceţi rapid astfel de puncte de vedere. Nu este chiar atât de cinic precum sună. E surprinzător cum câteva minute de meditaţie, brusc concentrată de apropierea termenului de predare, dau naştere unor opinii originale.

COMIINTAHMM, Inimi, inti, nţii. Şi ouicii altchva

Originalitäten are lotuşi limitele ei. Joseph Mediii, proprietarul ultraconservator al/laiului The Chicago Tribune, a scris, în 1884, un editorial despre problema numeroşilor vagabonzi, indivizi fără locuinţă ţi (înă slujbă din oraş. Nu era de el să pledeze pentru găsirea unor locuri de muncă

pentru aceşti nefericiţi. A apărut deci un editorial scris cu o seriozitate răzbunătoare, ce sună, în parte, astfel:

Cel mai simplu plan, aplicabil acolo unde nu există membri ai Societăţii Umanitare, este să pui puţină stricnina sau arsenic în carnea şi în celelalte ajutoare alimentare date vagabondului. Astfel, moartea survine într-un timp relativ scurt, se dă un avertisment altor vagabonzi să se ţină departe de cartierul respectiv… şi se salvează găinile şi alte bunuri de la un jaf sistematic.

Pasiunea are şi ea limitele ei, care au fost cu siguranţă atinse şi depăşite considerabil de The Messenger, un ziar de limbă engleză din Camerun, în numărul din iulie 1995. Un articol de opinie din prima pagină era intitulat „Omorâţi acest individ”; iată un fragment: „Un asemenea om nu trebuie să trăiască şi ar trebui eliminat. Este tratamentul, oricât de dur ar părea, pe care îl merită Oben Peter Ashu, guvernatorul Provinciei de Sud-Vest”.

Editorialele, ca toate articolele de opinie, nu trebuie să se constituie într-o serie de aserţiuni aşezate ferm pe hârtie una după alta. Pe lângă un punct de vedere original, ele trebuie să conţină suficiente elemente de context şi analiză pentru a fi înţelese de cei ce nu au citit articolul său articolele de la care s-a pornit. Argumentele trebuie construite tot atât de atent ca şi o spirală bine răsucită.

Iar dacă doriţi ca ele să aibă impact, concentraţi-vă creativitatea în câteva fraze memorabile. Lista editorialelor care au trăit mai

mult de următorul număr al publicaţiei nu e prea mare. De fapt, e foarte scurlă. Dar cele caic au obţinut un anumit tip de nemurire datorează acest fapt nu vreunui argument strălucit, ci unei fraze memorabile. Practic, acesta este lucrul pentru care slut ţinute minte: „Comentariul este liber, dar laptele slut ifillltfhi tic CP. Scott (The Guardian, Manchester, 1921), „Comunism cu liiţii uiunuir (Hude Tmvoz Praga, 1968), „Savoarea unei guvernări Tenne” (The Daily Telegraph, Imidin, 1956), „O imagine l’ace cât o mie de cuvinte” (Printers9 Ink, SUA, 1927).

Dar între prezenţă şi afectare nu e decât un pas. Aşa cum politicienii sunt doar politicieni, ziarele sunt doar ziare, nu actori pe scena mondialii, Nimic nu e mai ridicol decât o voce scârţâită a unui ziar şi mai ales a unui mic ziar de provincie, chemând „Naţiunile Unite să acţioneze acum”, Iată, de pildă, Schibereen Eagle, o fiţuică de patru pagini scoasă o dată pe săptămână în oraşul Cork din Irlanda în era victoriană târzie. Când ţarul Rusiei făcuse ceva ce îl nemulţumise pe proprietarul lui Eagle, Frederick Peel Eldon Potter, un vehement articol de fond îi informa pe cei 4.000 de cititori: „Schibereen Eagle e cu ochii pe Rusia”.

Anunţurile de mică publicitate au schimbat lumea mai mult decât toate miliardele de cuvinte ale zgomotoaselor editoriale din istorie. Bătălia de la Gettysburg, una dintre cele mai sângeroase lupte ale Războiului Civil american, spre exemplu, a fost provocată de un anunţ pentru încălţăminte.

El a apărut în Gettysburg Compiler şi fusese plasat de un magazin de încălţăminte care anunţa preţuri avantajoase pentru încălţăminte nouă, de calitate. Anunţul a fost văzut de generalul confederat James Pettigrew, care, la vremea aceea, mărşăluia, cu armata sa slinoasă, prin Pennsylvania. Se aflau într-o stare de plâns, cu încălţămintea uzată, încât mulţi mărşăluiau desculţi. Pettigrew le-a ordonat oamenilor săi să schimbe direcţia şi să se îndrepte spre Gettysburg. Pe drum au fost localizaţi de forţele unioniste şi astfel a început sângeroasa bătălie de trei zile de la Gettysburg. La finalul luptei, 5.662 de oameni fuseseră ucişi şi 27.203 răniţi.

Într-adevăr, e foarte greu de găsit măcar un singur caz în care un articol de opinie să fi schimbat cu adevărat lumea. Singurul citat de obicei, faimosul „J'accuse" al lui Emile Zola despre cazul Dreyfus, publicat în ziarul francez L'Aurore în ianuarie 1898, era de fapt o scrisoare deschisă adresată guvernului, şi nu un editorial (şi nu a avut decât un efect strici limitat). În celălalt caz cunoscut, comentariul a fost de fapt o eroare.

În aprilie 1888, a murit Ludwig Nobel. Era fratele mai mare al lui Alfred Nobel, inventatorul plin de toane, dar idealist al dinamitei. Un ziar francez de primii mărime a interpretat greşit ştirea şi a publicat un necrolog al lui Alfred, numindu I „negustorul morţii", raptul că a citit necrologul, fiind afectat de ideea că va rămâne în istorie ca un „negustor al morţii", a fost unul dintre motivele principale pentru care Nobel şi-a

schimbat testamentul şi a decis ca averea sa să constituie Premiile Nobel pentru pace, literatură şi ştiinţe.

Comentatorii

Oricine a ajuns la nivelul la care i s-a acordat spaţiu pentru a scrie un comentariu nu are nevoie de sfaturi; fie are (fie va căpăta în curând) un ego care nu-i permite să le primească.

Recenziile

Există trei tipuri de critică, deşi două dintre ele ar trebui să dispară. În primul rând, există acei jurnalişti profesionişti care sunt reporteri foarte buni când li se dă un subiect, dar, când au de recenzat o carte, o piesă, un film sau un concert, sunt loviţi de nevoia subită de a dovedi că sunt „scriitori”.

Apoi există acei amatori, adesea duşmani (sau, mai rău, prieteni) ai celui a cărui operă este recenzată, ce îşi spală rufele în public, spre a deruta sau a înşela cititorii. În ambele cazuri, rezultatul este adesea un articol în care autorul omite să descrie conţinutul operei, din cauză că e prea dornic să-şi exprime opiniile, falsele intuiţii, prezumţiile privind intenţiile autorului şi, desigur, ceea ce el speră să fie verdictul rezonant.

Cititorii trebuie să ia aminte la aceste tipuri de recenzie. La fel şi scriitorii. Aşa cum observa Vladimir Nabokov, referindu-se la criticii de carte, „critica poate fi instructivă, în sensul că le dă cititorilor, inclusiv autorului cărţii, unele informaţii despre inteligenţa sau onestitatea criticului ori despre amândouă”. Tipul de recenzie ce merită să

fie promovai csic acela al cărui scop principal este de a da informaţii despre opera în chestiune; de a o descrie, pe cât posibil, exact şi complet, du a I livre la revistă stilul, conţinutul, ideile. Şi nu uitaţi: nu e ilegal să mi ÎI o mm nu/În care nu conţine opinii de suprafaţă. Dacă vă simţiţi tentat, amintiţi-vă doar de anonimul critic de carte care, în 18H7 (în Odessa Courier, a scris despre un roman: „Porcării sentimentale Arătaţi-mi doar o pagină care să conţină o singură idee”. Cartea reçoit*zată era Anna Karenina.

Dintre toate închipuirile care s-au născut din ceaţa confuziei unuuu) de la marele război încoace, cea mai inutilă şi în acelaşi timp cea mfil pretenţioasă este aceea a profundului analist sau comentator cu reacţlo imediată, care ştie toate răspunsurile pe loc şi poate rezolva definitiv marile probleme trei sau chiar şase zile pe săptămână.

I

Westbrook Peglor

Capitolul 20

Jurnalismul pe Internet

Literatura este arta de a scrie ceva care va fi citit de două ori;

Jurnalismul – ceva care va fi citit o singură dată.

Cyril Connolly, 1938

Orice ziarist care abordează jurnalismul pe Internet considerând că abilităţile sale sunt direct transferabile şi că poate lăsa cu uşurinţă restul pe seama „băieţilor de la Tehnic” este pierdut, la fel

de redundant, în viitor, aşa cum s-a întâmplat brusc în 1929 cu actorii din filmele mute care aveau voci piţigăiate.

Este o analogie deliberată, deoarece crearea paginilor web se aseamănă cu producerea filmelor – reprezentând un efort de colaborare ce reuneşte o scrie de capacităţi creative, pentru a obţine un produs finit. Acest fapt are implicaţii uriaşe pentru jurnaliştii care lucrează online, pentru că e vorba despre un teritoriu în care nu e bine să fii ignorant. Nicio companie producătoare de filme nu i-ar permite scenaristului să dea ordine; aceasta este meseria regizorului, ce are cunoştinţe atât despre scrierea scenariilor, cât şi despre fotografie, actorie, lumini, decor şi – extrem de important – editare. La fel, nimeni nu va lăsa în seama unui jurnalist care nu se pricepe deloc la chestiuni tehnice coordonarea alcătuirii unei pagini web de dimensiuni mari. Cel care se va ocupa cu acest lucru trebilic să aibă cunoştinţe legate de calculatoare şi brow-sere, despre plug în urile audio şi video, culori şi baze de date. Nu trebuie să ţtiti RtMOlul toiul, ci măcar ce sunt acestea, cum funcţionează şi cât de reit viiilll i «de nlu Mi lor pentru a obţine un anumit efect. De tisei net ca, trebuie să şi dezvolte în permanenţii mii ubili12 ti şi să fie la curent cu ultimele noutăţi în domeniu. Alternativă o reprezintă un rol de fundal, asemenea scenariştilor de la Hollywood trudind din greu într-un cotlon întunecat, apostrofaţi, consideraţi dispensabili şi putând (1 înlocuiţi oricând, fără a avea niciun control asupra

rezultatului final al muncii lor.

Acest capitol îşi propune să le ofere jurnaliştilor un ghid pentru a ieşi din umbră şi a prelua controlul. Sunt prezentate elementele pe care le presupune crearea unui ziar online local sau regional, precum şi câteva idei şi exemple legate de modul de funcţionare online al jurnalismului.

Realizarea unei pagini web

Planificarea unei noi pagini web şi a conţinutului ei se bazează pe patru întrebări.

Cui se adresează pagina respectivă?

Liste posibil ca pagina să fie accesată şi de vizitatori ocazionali care se întâmpla să dea peste acest site, precum şi de persoane ce au interese oficiale legate de regiunea respectivă sau îşi desfăşoară activitatea acolo, însă marea majoritate a celor care o vor frecventa vor fi locuitorii zonei respective (eventual, foştii locuitori). Deoarece sunt direct implicaţi în evenimentele locale (chiar dacă îşi fac doar cumpărăturile în zonă), vor vizita pagină web şi vor reveni la ea, dacă prezintă interes pentru ei. Cu ce se ocupă aceşti oameni? Ce fac în timpul lor liber? Acestea sunt clementele pe care trebuie să le aveţi în vedere pentru web.

Cum va arăta şi care va fi conţinutul ei?

În cazul paginilor web, există o mare varietate de elemente disponibile: lext, imagini, titluri, baze de date în care se pot efectua cămări, arhive, jlinkiiri interne şi externe, grafică (interactivă sau statică), clemente audio şi video,

precum şi conţinutul pe care îl pot genera înşişi utilizatorii sile-ului, prin intermediul mesajelor şi al chaturilor. Există însă pericolul ca această varietate de clemente să genereze confuzii, iar dorinţa iubitorilor de tehnică de a aglomera cât mai multe dintre ele duce la subminarea de către formă a conţinutului site-ului său, cel puţin, a prezentării clare a acestuia. Pentru a asigura primatul conţinutului asupra formei trebuie să cunoaşteţi reacţia utilizatorilor faţă de aceste elemente, aşa cum jurnaliştii din presă scrisă au un instinct în legătură cu ceea ce îi atrage şi îi interesează pe cititori.

Ce îşi propune să realizeze site-ul?

Va promova ziarul, îl va reproduce sau va oferi un conţinut diferit sau poate chiar mai relevant? Site-ul unui ziar care nu face decât să promoveze versiunea tipărită nu trebuie deloc desconsiderat. Date fiind problemele legate de crearea unui model de afacere profitabilă pentru publicarea online, acesta poate fi un început foarte bun, în unele cazuri. Scurte fragmente din articole pot deschide apetitul pentru lectura ziarului şi, în funcţie de resurse, poate oferi unele servicii (grupuri de discuţii, arhivă etc.) care nu sunt la îndemâna presei scrise. De asemenea, reproducerea online a ziarului, numită adesea peiorativ „la lopată”, se poate dovedi utilă în unele circumstanţe, deşi uneori se apropie în mod periculos de oferirea unui motiv pentru ca publicul să nu cumpere ziarul. Elaborarea unui site diferit şi inovator se dovedeşte mai aventuroasă şi mai

costisitoare, însă aduce potenţialul unei valori şi al unui profit de lungă durată.

Ce are în plus Internetul faţă de tipar?

Webul arc dezavantaje, însă oferă: o capacitate aproape nelimitată, posibilitatea actualizării constante (aproape în timp real), animaţii grafice, sunet, posibilitatea de a monitoriza numărul de accesări ale unei pagini şi interacţiunea. Secretul elaborării unui bun site de ştiri este încercarea de a exploata ItUOHIU avantaje. Aceasta înseamnă punerea la dispoziţie a unui conţinut UIUO IUI poate li oferit eu uşurinţă în versiune tipărită

{… bienale din partea surselor, transei ici I se dimensiuni mari, materialo de referinţă a căror tipărire ar fi costisitoare ele,). Realizarea unor astfel de iniţiative se îndepărtează mult de jurnalismul tradiţional/ştirea convenţională şi se situează mai degrabă în domeniul serviciilor informa – ţionale şi al forumurilor de discuţii. Totodată, mai înseamnă şi testarea capacităţilor unui nou mediu informaţional, şi nu doar simpla convertiri) a materialului din versiunea tipărită.

Prima pagină

Fie că doriţi o primă pagină calmă şi autoritară, fie una aglomerată şi încărcată ca o vitrină cu jucării în perioada Crăciunului, există un element-cheie care dă startul corect al oricărui site: contextul. Ziarele oferă un context chiar prin aspectul lor. Pentru cititori e de ajuns să arunce o privire pe un ziar că să ştie ce anume este, cine l-a produs şi cui se adresează. Mărimea, caracterele

tipografice, calitatea hârtiei. Limbajul, folosirea fotografiilor, grosimea, gradul de profesionalism – toate acestea indică imediat dacă un ziar este o foaie publicitară locală, o revistă mondenă sau suplimentul în format tabloid al unei publicaţii importante. Cititorii îşi pot face o părere despre credibilitatea unei publicaţii doar printr-o simplă examinare. Cu toate acestea, site-urile web nu pot fi evaluate la fel de repede. Ele trebuie să pună la dispoziţie un context, răspunzând astfel unor întrebări din partea cititorilor: ce pot citi aici? Cât de mare e site-ul? E un site cu şase pagini promoţionale sau un ziar online de 1.560 de pagini, care cuprinde şi o arhivă? Răspunsurile trebuie oferite pe prima pagină, formulate clar.

În cadrul contextului, aspectul cel mai evidenţiat trebuie să fie credibilitatea şi profesionalismul site-ului. Efectul nivelator al Internetului constă în faptul că orice începător poate să creeze un site şi, investind puţin în design şi în grafică, să îl facă să arate asemănător site-urilor unor companii editoriale multimilionare. Cu siguranţă, un nume celebru în presă este un instrument puternic pentru dobândirea credibilităţii, dar creditul offline nu se transferă întotdeauna online. Cu toate acestea, pentru site-urile mari şi mici, ale unor companii mai mult sau mai puţin prim Km\lullt o modalitate infailibilă de a avea credibilităţi online. Aceasta derivă din probabil cea mai frecventă caracteristică; site-urilor nonacademice: reputaţia de a stârni, mai presus de toate dezamăgire.

Această reputaţie a fost consolidată de-a lungul anilor de site-uril care au promis mai mult decât puteau oferi, de exagerările ce însoţes chiar şi cel mai prozaic site, de linkurile spre pagini aflate în construcţie de site-uri care sunt de fapt o colecţie de linkuri sau care sugercaz profunzimi, dar oferă superficialităţi şi de cele ce cred că o imagin care se roteşte poate înlocui informaţiile reale. Evitaţi situarea aceste elemente pe prima pagină, oferiţi un ghid exact al conţinutului site-ului într-un mod clar, coerent, iar site-ul dumneavoastră va începe să câştig credibilitate şi cititori fideli.

Structura site-ului

Planificarea structurii unui site mare necesită aptitudini foarte diferit de cele pe care trebuie să le aibă în mod normal un jurnalist. Aceste sunt mai apropiate de cele ale unui bibliotecar sau specialist în prelucrare datelor. Un site poate avea peste 1.000 de pagini, dintre care mult plasate în categorii familiare, iar altele nu. Apare tentaţia de a invent categorii noi, însă aceasta îngreunează mult indexarea site-ului, a puţin într-o formă care să poată fi afişată pe ecran. Apoi, apare problem materialelor care se încadrează, pe bună dreptate, în mai multe categt rii – le enumerăm în cadrul ambelor categorii sau doar în una, sper în că utilizatorii vor descoperi rapid logica indexului? Mai există. «paginile care se dezvoltă până când ajung să necesite câteva subpagin Le listăm şi pe acestea? Dacă da, cum anume?

Imaginaţi-vă că încercaţi să planificaţi şi să

indexaţi un ghid aloi cuprinzător al unui oraş şi al unui serviciu de ştiri referitoare la acesta nouţa (i, spoit, viaţa culturală, timp liber, anunţuri de interes comuuita informaţii despic comerţ, anunţuri, reclame pe categorii, informat despre călătorii, orare ele. Ele. Când m-am ocupat de aşa ceva, a Io: nevoie de Irol PQFMNIIM care au lucrat cu normă întreagă, timp de clou tfifiiiiiiiiiiii, peiurti a realiza o struclurfl funcţională a sile ului, care Ni) permită dezvoltarea lui. După indexarea structurii, aceasta trebuie afişată în întregime pe prima pagină, rezumată sub forma unui meniu-listă, sau utilizatorii trebuie trimişi la o altă pagină pentru a o accesa? întl trebuie indicate doar titlurile principalelor secţiuni, care, dacă dai cele pe ele, afişează într-un colţ indexul detaliat? Nu există reguli precise în aceste privinţe.

Navigarea

În cazul unui ziar, cititorii ştiu, evident, dacă se află la începutul acestuia, la mijloc sau la sfârşit. De asemenea, au o mulţime de indicii oferite de tipografie şi design, prin care disting o pagină de ştiri de una cu articole tip feature sau de una de afaceri. Designerii au grijă ca anumite semnale eficiente să contureze o „hartă” a ziarului în mintea cititorilor fideli. Reproducerea acestui efect de „hartă mentală” în cadrul unui site web implică mai multe aspecte

Orientarea cititorilor în privinţa dimensiunilor, scopului şi structurii site-ului

Indexul (sau, dacă e un site mare, rezumatul indexului) trebuie să fie vizibil şi accesibil de pe

fiecare pagină. De asemenea, încercaţi să indicaţi prin grafică locul în care se află utilizatorul în cadrul site-ului, Lucrul acesta poate fi realizat în multe moduri, de la sublinierea secţiunii curente în cadrul indexului până la folosirea unei mici hărţi grafice. În cazul unui articol care are mai multe pagini, indicaţi numărul lor, de preferinţă prin sintagme de genul „pagina 2 din 4”.

Oferirea posibilităţii ca utilizatorii să se deplaseze rapid de la A la B sau la V, dacă doresc

Puneţi la îndemâna utilizatorilor o modalitate simplă de a reveni la indexul principal, complet, iar în cadrul paginilor mari, oferiţi o calc uşoară de deplii Niirc către purica de sus sau de jos a acestora, în caz paginilor care cuprind liste de informaţii, apelaţi la alfabet pentru ajunge rapid la o anumită secţiune. Meniurile care se accesează pe deplasarea cursorului şi ocupă puţin spaţiu permit accesarea întregul index când se dă clic pe ele şi reprezintă o modalitate excelentă de ace la întreaga hartă a site-ului. Un efect asemănător poate fi obţinut (ajutorul afişării unei secţiuni (adesea a unui index) prin plimbau cursorului peste aceasta.

Identificarea diverselor secţiuni ale site-ului prin culoare sau elemente tipografice

Analizaţi un sistem eficient de orientare în cadrul unei reţele de metro Liniile diferite sunt identificate prin culori, prin indicatoare colorate pasaje; Ia fiecare colţ şi în fiecare vagon se găsesc hărţi. Prin urmai oamenii se rătăcesc foarte rar. La urma urmei, studiaţi alte site-uri – e< mai simplă

şi mai enervantă strategic – pentru a vedea ce anume meri să copiaţi şi ce trebuie evitat.

Realizarea unui meniu clar al articolelor

În mod convenţional, acesta este alcătuit din titlurile ordonate du importanţă, dată sau subiect. Dacă articolele nu sunt deja grupate] categorii, adesea este util să indicaţi subiectele articolelor (de exempi Rusia, economie, alegeri etc.) înaintea titlurilor, ca, de pildă: „Infracţiuni Un deţinut a jefuit o bancă". Dacă nu sunt elaborate de persoai talentate, titlurile se pot dovedi insuficiente pentru a descrie subiect sau conţinutul articolului. Un aliniat cuprinzând rezumatul, situai şi titlu, este adesea util.

Redactarea ştirilor online

Cea mai maro ollboiaio de constrângeri în cadrul sile-urilor web reprezintă HhwnţM llmlintllor referitoare atât la lungimea articolelor, < şi la numărul de pagini. Nu există nicio diferenţă între costul publicării a 5.000 de cuvinte, în comparaţie cu 51); odată cu stabilirea structurii de bază, o pagină sau zece pagini înseamnă acelaşi lucru din acest punct de vedere. Prin urmare, apar mai multe posibilităţi.

I

Versiunile dezvoltate ale articolelor tipărite

În 1999, ziarul Virginian-Pilot a publicat un articol de 2.100 de cuvinte, scris de Holly Heyser, pe tema atitudinii „ruşinoase" de dezinteres îl comunităţii în legătură cu persoanele cu handicap fizic şi mental. Po site-ul web al ziarului, articolul avea 3.800 de cuvinte, cuprinzând mai multe

detalii şi explicaţii. Pot fi adăugate şi alte materiale sau articole relevante pentru context. Articolele lungi pot fi divizate în segmente, pe pagini diferite. Chicago Tribune publică aproape 500 de cuvinte po pagină, deşi în cazul articolelor foarte mari sunt mai potrivite paginile mai cuprinzătoare.

Coloanele laterale

Acestea includ glosare, cronologii, biografii ale persoanelor importante, liste şi tabele (oficiale sau elaborate de jurnalişti) care sunt prea lungi pentru a fi publicate în ediţia tipărită.

Transcrierile

Pe site-urile ziarelor pot fi publicate şi transcrieri ale interviurilor şi şedinţelor publice. În secţiunea online a ziarului Sun-Sentinel, microbiştii pot citi transcrieri ale conferinţelor de presă ţinute de antrenorul Jimmy Johnson!

Licărea materialelor originale

Evenimentul cu cel mai mare succes din istoria Intemctului a fost determinat de un simplu text lipsit de elemente grafice sau de orice publicitate, Este vorba despre publicarea raportului Starr, la Î1 septembrie

I WH. Peste 25.000.000 de oameni din întreaga lume au accesat raportul în primele două zile un număr mai mare decât totalul cititorilor celor mai importante 50 de ziare din America. Într-o singură zi, utilizatorii au petrecut 10, 1 milioane de ore pe AOL. Este o ilustrare semnificativă a dorinţei de a citi sursele neprelucrate ale ştirilor. Puţine rapoarte oficiale

sunt la fel de picante precum cel al lui Starr, însă site-urile de ştiri ar trebui să caute mereu materiale legate de şedinţele de guvern, procese, şedinţe ale comitetelor, memorandumuri, dări de seamă, schimburi de scrisori, declaraţii, proiecte şi alte documente oficiale de interes general.

Ştirile de ultimă oră

Datorită posibilităţii de actualizare permanentă, reţeaua este ideală pentru dezvăluirea ştirilor importante de ultimă oră. Una dintre tehnici este să nu uitaţi să scrieţi o relatare coerentă până la încheierea incidentului; creaţi o pagină nouă şi începeţi să introduceţi noutăţi la fiecare cinci-zece minute. Astfel, se obţine un desfăşurător care poate fi lăsat în această formă cronologică sau reformulat ulterior într-un articol cuprinzător, în acest mod pot fi relatate şi evenimentele sportive.

Linkurile

Este mai indicat că linkurile către alte pagini web să fie situate pe o coloană, şi nu în cadrul textului. Un bun punct de plecare este alcătuirea unui mic „indice” de organizaţii şi subiecte care prezintă importanţă în cadrul articolului respectiv şi conectarea acestora la paginile web proprii. De asemenea, calc utilă şi facilitarea deschiderii acestor linkuri sub forma unor pagini NüpiUWE fapt care se aplică şi în cazul oricărei coloane sau forl HIIC tic fundal pe care o deschideţi. Site-ul ziarului fite Electronir MUR fupU l cel ni IIIC obişnuiesc să ofere linkuri către site-urile cure nu log NlurM UM niitcolcic.

Arhivele

Datorită posibilităţii de a adăuga oricâte pagini doriţi, Internem! Eslo mediul perfect pentru arhivele de articole, pagini sau resurse. Un index clar este esenţial. Articolele din arhive, dacă nu au lungimi foailo diferite, trebuie afişate pe câte o pagină.

Modul în care apare textul pe reţea se află încă într-un stadiu primitiv, deoarece browserele pot modifica fonturile originale de pe pagină web, Singura modalitate de a exercita un control absolut asupra a ceea ce văd utilizatorii pe monitoarele lor este redarea paginilor sub formă de imagini; totuşi, acest procedeu încetineşte viteza de descărcare şi micşorează flexibilitatea actualizării păgânilor. O lăţime de o coloană poate fi controlată şi merită să i se acorde atenţie. Un studiu realizat de Jakob Nietsen pentru Sun Microsystems a relevat faptul că ritmul lecturii este cu 25% mai lent pe monitoare faţă de pagina tipărită. Nu au fost identificate cauzele, însă una dintre ele ar putea fi lăţimea coloanelor folosite pe ecrane. Apelaţi la coloane mai înguste şi experimentali cu două sau chiar trei coloane afişate simultan. Un rezumat al articolului, evidenţiat prin buline, este eficient online. Folosiţi acest element grafic ori de câte ori este nevoie.

Elementele vizuale

În cazul clementelor vizuale şi al funcţiilor interactive, secretul constă în cunoaşterea diferenţelor dintre elementele care atrag utilizatorul şi cele ce sunt prezente doar pentru a

arăta aptitudinile designerilor site-ului. Iată o regulă generală: dacă utilizatorii trebuie să descarce plug-în-uri sau elementele respective măresc durata de descărcare a paginii, cli-minaţi-Ic. Timpul de descărcare este important, de aici derivă gluma de-acum răsuflată a denumirii World Wide Waii. În spatele acestei sintagme se află însă un adevăr. Imaginile online se încarcă într-un timp mult mai mare în comparaţie cu textul; iată preţul plătii de utilizator. Dacă vreţi să vedeţi cât timp suplimentar necesită încărcarea imaginilor, vizualizaţi o pagină în iihhl normal, apoi accesaţi-o după ce aţi deseleclal opţiunea pentru Imagini. Cu toate acestea, odată cu perfecţionarea tehnologiei, timpul de descărcare va scădea şi doar cele mai aride site-uri nu vor furniza imagini.

Fotografiile

Ziarele îşi pot utiliza site-ul web pentru a oferi şi alte fotografii. În căzu oricărui eveniment, se realizează mult mai multe fotografii decât po apărea în ediţia tipărită. Multe ziare din SUA le publică pe site-urile lor Adevărata problemă în cazul fotografiilor nu este selectarea lor, e modul de prezentare. O fotografie mare se încarcă în mai mult tim decât patru fotografii mici. Prin urmare, aglomerarea multor fotograf mari pe o pagină nu e o idee bună. E mai bine să folosiţi thumbnails viniete (versiuni în miniatură ale imaginilor, care prin accesare condu utilizatorul către o altă pagină, cu fotografia în mărimea ei actuală). Î acest caz, asiguraţi-vă că se deschide o nouă fereastră. O alternativ mai rapidă este crearea

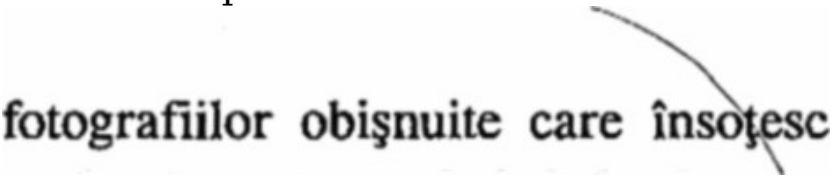
unei liste de linkuri către fotografii.

Mai ales dacă reprezintă hărţi sau alte elemente esenţiale pentru înşel gerca articolului, trebuie realizate la dimensiuni destul de mici pentru fi situate alături de text. Un site foarte bun pentru exemplillcan utilizării graficii este cel al ziarului The Philadelphia Inquirer.

Elementele video

Sunt foarte variate, de la cele distractive (The Los Angeles Times a pos pe site-ul său clipuri din discursurile de la decernarea Premiilor Osc; la cele serlon Mc [The l llof Online a postat un clip înfăţişând ciocnit dintre un dlMruţt Mui 9I Uli cargo şi a înregistrat 5.000 de accesări prima zi), Cu loilli1 act Mea. Poate fi un procedeu costisitor (puţine zi

În afară de postarea



Articolele

Grafica

Regionale din afara SUA deţin dreptul de a pre/oula montaje video), care scade viteza de descărcare. Înainte de a folosi cu încredere secvenţele video pe site-uri de interes general, se impune reducerea timpului de descărcare şi accesul larg la plug-în-urile necesare. Aceleaşi observaţii se aplică şi în cazul secvenţelor tridimensionale.

Opţiunile interactive

Baze de date în care se pot efectua căutări

Pot fi modeste, ca, de exemplu, o listă de servicii, de date oficiale sau de informaţii descoperite pe parcursul documentării. The Seattle Times, de exemplu, a realizat o investigaţie referitoare la rezultatele examenelor şcolare şi a publicat pe site-ul său o bază de date în acest sens. The Atlanta Journal-Constitution a făcut acelaşi lucru, postind un director cu locaţiile radarelor. Iată un exemplu clasic de aplicaţie web care nu poate fi oferită de presa scrisă.

Elemente de grafică interactivă

Le permit utilizatorilor să dea clic pe o hartă sau pe un orar şi să vadă detaliile respective. Chicago Tribune a aplicat o modalitate extrem de neobişnuită: reporterul Stephen Henderson, conectat la reţea, le-a solicitat reporterilor din presă scrisă detalii despre crime – data, locul, cauza morţii etc.

— Şi apoi a elaborat o hartă cu ajutorul căreia utilizatorii puteau urmări situaţia din regiunea lor. În 1997, MSNBC a postat o aplicaţie în legătură cu drumurile primejdioase, care le permitea utilizatorilor să introducă un cod poştal şi apoi să afle rata accidentelor mortale din zona respectivă. Într-un interval de 12 ore de la lansare, aplicaţia fusese accesată de 68.000 de utilizatori. Programele de calcul bazate pe Javascript se pot dovedi eficiente. În Londra, secţiunea referitoare la modificările taxelor de pe site-ul web al ziarului The Guardian avea o

opţiune prin care utilizatorii erau invitaţi să-şi introducă cifra veniturilor şi tipul lor, pentru a obţine o estimare a scăderii taxelor pe venit.

Feedback şi discuţii

Linkuri spre adrese de e-mail

Orice site de ştiri credibil trebuie să aibă un link către adresele d e-mail ale principalelor departamente (editare, ştiri, sport, afaceri publicitate etc.). Cu toate acestea, linkurile spre adresele de e-mail al reporterilor reprezintă o altă chestiune. Poate fi periculos – literalmente în cazul jurnalistelor cărora li se publică şi fotografia lângă semnătui din ziar – şi în mod sigur riscaţi să enervaţi mulţi cititori, dacă nu pute garanta că fiecare e-mail rezonabil primeşte câte un răspuns.

Grupurile de discuţii şi forumurile

Paginile pe care oamenii pot să posteze mesaje şi să răspundă sunt doar populare. În general, ele funcţionează mai bine dacă există un foni pentru dezbaterea chestiunilor de interes local şi altele specifice penţ persoanele singure etc. În cazul zonelor mai mari, pot funcţiona forumuri mai specializate. Editorii de ştiri trebuie încurajaţi să accese forumurile şi să răspundă la mesajele mai relevante. Mesajele doar utile şi replicile la acestea pot fi marcate şi accesate prin linkuri dâre din paginile de ştiri. Totuşi, forumurile necesită două lucruri: monitoriza pentru a elimina postările irelevante sau cu caracter clar publicitar şi i program software pentru interceptarea mesajelor în care apar cuvii obscene.

Chaturile

Acestea pol îl obişnuite, dedicate unor grupuri cu interese comune a cu vârste apropiate ori Iniţiate în mod special pentru anumite evenimen Ambele tipuri, alăltii I de Interviurile online cu reporterii şi cu rednete de ştiri, (robiile nil fratuftică o condiţie înainte de a avea o şansă succon: nlunil titihille nN tlo accesat de un număr mare de utilizau

Un număr de câteva suie de vizitatori pe zi, pe întregul sile, 08 (O insuficient pentru a menţine chaturile active.

Storyboarding

Datorită marii diversităţi a elementelor potenţiale dintr-un site, planificarea secţiunilor online este mult mai solicitantă decât cea a versiunii tipărite a ziarului. De exemplu, să analizăm modul în care a fost reflectat congresul Partidului Democrat din 1996 de către Chicago Tribune, Site-ul a avut 100.000 de vizitatori pe zi şi a cuprins relatări, ştiri audio preluate de la postul de radio al ziarului, montaje video preluate de la cele două posturi TV şi articole din ziar. De asemenea, era inclus şi un tur istoric al celorlalte 24 de congrese politice desfăşurate în oraş, o perspectivă asupra evenimentelor din acei ani şi o arhivă de discursuri şi caricaturi politice. Pentru a învinge dificultatea planificării unei asemenea varietăţi de materiale, Tribune, la fel ca multe alte ziare din SUA, foloseşte tehnica de storyboarding, preluată din industria filmului. Se schiţează structura fiecărei pagini, cuprinzând elementele grafice şi linkurile, plus o schemă a modului în

care se relaţionează paginile. Există o cale standard de urmat, dar utilizatorii pot opta să acceseze ce anume doresc.

Date despre utilizatori

Ziarele investesc mult în sondaje despre cititori şi despre potenţialii cititori, identificând ce anume le place şi ce nu în formula actuală a ziarului sau în macheta unui nou prototip, apoi, în mod frecvent, ignoră rezultatele, mai ales pe motivul că nu au încredere în metodologia de investigare, însă mai probabil din cauza faptului că rezultatele le contrazic propriile prejudecăţi. Site-urile web nu ridică astfel de probleme. Programele de monitorizare indică nu doar citi utilizatori au accesat o anumită pagină, într-un interval măsurat în ore/zile/săptămâni, ci şi dinspre ce sile au venit utilizatorii, ce site au accesat ulterior, domeniul de unde au venit (e o uk/.com/.edu etc.) şi dacă au un PC sau un Apple Aceste informaţii de o valoare inestimabilă pot dezvălui mai multe deei s-ar putea crede. Un mare număr de vizitatori în toiul nopţii nu indici faptul că mulţi au insomnie, ci că sunt din alte părţi ale lumii. Aceşti programe de monitorizare pot dezvălui informaţii şocante. Nu sân singurii care au aflat că unele pagini de jurnalism tradiţional pline de acurateţe pot avea un număr mult mai mic de vizitatori în comparaţi cu, spre exemplu, o simplă bază de date sau un forum. În faţa aceste rezultate, riscaţi să pierdeţi pariul.

Încercarea de a fi un reporter de mâna întâi la un ziar obişnui seamănă cu încercarea de a

interpreta Patimile după Matei, de Bach la ukulele. Instrumentul e prea primitiv pentru muzică, pentru publii şi pentru solist.

Bibliografie selectivă

Există foarte puţine cărţi de jurnalism ce merită citite. Istoric oficiale ale ziarelor tind să fie doar relaţii publice, nu literalul* memoriile editorilor par adesea scrise numai pentru a plăti poliţe, pen a da nume sau a justifica anumite cheltuieli; lucrările critice des presă sunt invariabil o recitare pe negândite a previzibilelor orori e tabloide; iar volumele de tip „Cum să…” sunt în general compilate persoane care, fiind nepotrivite pentru a ocupa o funcţie de vârf, astfel destul timp pentru a scrie cărţi. Totuşi, există şi excepţii OtlONlbl

Antologii de jurnalism

Seria Bedside Guardian este o comoară de lucrări bune, înţoligont cum sunt compilaţiile celor mai bune contribuţii ale ziariştilor de la Ţi Observer, dar în prezent, din păcate, nu se mai publică. Dezamăgitor e puţine materiale jurnalistice de calitate ajung între coperţi de care ceea ce face că The Faber Book of Reportage, editată de John Gross, fie atât de valoroasă. Unele dintre cele mai bune pasaje sunt incluse The First Casualty (Andre Deutsch, 1975), lucrarea retrospectivă a I Phillip Knightley privind jurnalismul de război. Această carte conţine multe observaţii interesante despre profesie. Mai uşor de întâlnil asemenea efirţi din scriitorii mai polemici sau plini de umor, iar ce mai buiio

exemple ale lïccaïui gen sunt găsile în Distant Voices de Joi Pilger (Vlninuu, l-W), tji în toate lucrările lui P „F. O'Rourko, Dacă vr

Să vedeţi un exemplu de ntricol de dimensiuni mari sau un articol de revislă inteligent şi atractiv, apelaţi la Beforc the Oii Han Out (Vinlage, 1977) de Ian Jack şi la Too True (Granta, 1999) de Blake Morrison.

Memorii scrise de reporteri

Corespondenţii străini tind să-şi taie partea leului aici, din moment ce referinţele la oraşul Ho şi Min şi la Duşanbe constituie evident o lectură mai atrăgătoare decât povestirile de la curţile de magistratură din Manchester. Printre cele mai bune se numără Anyone Here Been Raped and Speaks English? De Edward Behr (New English Library, 1978) şi Point of Departure de James Cameron (Granada, 1969). Viaţa şi tehnicile unui faimos reporter de scandal sunt descrise cu toate detaliile ajutătoare în Exposed! De Gerry Brown (Virgin, 1995). Dear Bill (Virgin, 1995), de Bill Deedes, cuprinde autobiografia unui reporter care a fost membru al parlamentului, preot şi editor, dar s-a ocupat întotdeauna cu jurnalismul, iar în cele din urmă şi-a reluat meseria de reporter. Cartea este o ilustrare impresionantă a modului în care o permanentă curiozitate faţă de tot şi toate ajunge să reprezinte cea mai valoroasă trăsătură a unui ziarist. Pentru cei dornici să vadă cum stăteau lucrurile pe Fleet Street, fiecare pagină

din volumul Scoopes and Swindles (Buchan and Enright, 1988), semnat de Alfred Draper, evocă sunetul autentic al pantofilor de piele în mers grăbit şi al facturilor vechi extrase de prin buzunare; la fel şi orice text de Derek Lambert. În ceea ce priveşte hotărârea şi perseverenţa necesare pentru a excela în această meserie, citiţi The Corpse Had a Familiar Face (The Bodley Head, 1987), memoriile Ednei Buchanan din perioada când a lucrat ca reporter însărcinat cu investigaţii speciale pentru Miami Herald.

Lucrări critice

Aproape toate se referă la presa populară, fiind scrise de cercetători sau editori şi gazetari la ziare de calitate, ambele grupuri părtini preocupate doar să dezaprobe dispreţuitor tot ce găsesc. Acumularea de minciuni şi distorsiuni este diagnosticată invariabil şi simplist drept comercialism atptuternic şi imoralitate. O excepţie parţială este Shock, Horror! De SJ. Taylor (Corgi, 1991). Cele mai bune lucrări de acest tip sunt scrise de americani. Media Circus de Howard Kurtz (Times Books, 1994) este o privire inteligentă asupra valorilor şi slăbiciunilor jurnalismului american modern, iar Who Stole the News? De Mort Rosenblum (Wiley, 1995) cuprinde reflecţiile pline de miez ale unui fost corespondent al Associated Press asupra informaţiilor de presă.

Cărţile de tip „Cum să…”

Lumea încă aşteaptă un manual de jurnalism cu adevărat inteligent între timp, Toţi oamenii preşedintelui (Quartet, 1974), povestirea lu’ Bob

Woodward şi Carl Bernstein privind ancheta Watergate pe care ai realizat-o, este de departe cea mai bună descriere a atitudinilor şi i unora dintre tehnicile esenţiale ale reporterului de înaltă ţinută. Că despre lucrările referitoare la scris, acestea sunt, invariabil, realizate de oameni cu o ureche de tablă când vine vorba de o frază cu ritm sau d (o expresie originală. Îndreptaţi-vă mai degrabă spre lectura unor exemph de scriitură de calitate şi încercaţi să le asimilaţi în acest fel virtuţile Dacă trebuie neapărat să aveţi un manual lângă dumneavoastră, alegej Waterhouse on Newspaper Style de Keith Waterhouse (Penguin, 1993) Pentru editare de text şi de imagini, cele mai bune cărţi rămân Handlin; Newspaper Text şi Pictures on a Page, ambele scrise de Harold Evan (Heinemann). Secrets of the Press (Allen Lane, 1999) este o antologi de eseuri ale unor jurnalişti contemporani de la ziarele naţionale coordonată de Stephen Glover; cartea merită căutată pentru don eseuri: unul al lui Ann Leslie, despre corespondenţii în străinătate, ţ un îndrumar pentru realizarea interviurilor, scris de Lyn Barber.

Statistici şi cifre

Există multe volume aride şi savante pe acest subiect, însă flow io la With Statistics al lui Darrell Huff, apărut la Editura Penguin, are abordare foarte accesibilă. Este o lucrare clasica. Şi ar trebui citiul şi răscitită de orice jurnalist.

A.

În cele din urmă, o carte ce nu poate fi

clasificată în nicio catégories, dar care este cea mai profundă lucrare despre jurnalism pe care o cunosc – A Mathematician Reaâs the Newspaper (Penguin, 1996) de John Allen Paulos, un om înzestrat cu o neobişnuită şi îndelungaţii atracţie aüt pentru jurnalism, cât şi pentru matematică. Paulos oferă numeroase exemple de greşeli de logică şi statistică din presă. Cartea vă va dezvălui legătura dintre teoria haosului şi valoarea ştirilor şi va influenţa pentru totdeauna modul în care evaluaţi ştirile.